



TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO
TAMPERE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

TIMO SALOKAS
SOSIAALISEN INTRANETIN KÄYTTÖÖNOTTO
JA KEHITTYMINEN KESKIKOKOISESSA IT-YRITYKSESSÄ
Diplomityö

Tarkastaja: prof. Tommi Mikkonen
Tarkastaja ja aihe hyväksytty
Tieto- ja sähkötekniikan tiedekunta-
neuvoston kokouksessa 4.12.2013

TIIVISTELMÄ

TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO

Tietotekniikan koulutusohjelma

SALOKAS, TIMO: Sosiaalisen Intranetin käyttöönotto ja kehittyminen keskikokoisessa IT-yrityksessä

Diplomityö, 49 sivua

Tammikuu 2014

Pääaine: Ohjelmistotuotanto

Tarkastaja: professori Tommi Mikkonen

Avainsanat: Sosiaalinen Intranet, IBM Connections, IBM Portal

Tavanomaiseksi Intranetiksi katsotaan verkkosivusto, joka tarjoaa organisaation työntekijöille johdon viestintää, ajankohtaisia uutisia yrityksestä ja yrityksen liiketoimintalalta, sekä muuta tietoa yrityksen sisäisistä asioista. Tämä esimerkki perinteisestä Intranetistä kuvaa Descom Oy:n Intranetiä vuonna 2010. Descomin Intranet perustui IBM WebSphere Portal -tuotteeseen. Käyttötavat olivat pääasiassa tiedotteiden jakamista organisaation hierarkiassa ylhäältä alas. Sisältö päivittyi epäsäännöllisin väliajoin, sillä erikseen määritettyä Intranet-sisällöntuotantoryhmää ei ollut olemassa.

Samaan aikaan Internetissä sosiaalisen median verkkopalvelut kuten LinkedIn ja Facebook kasvattivat käyttäjämääriään kiivasta vauhtia tarjoten vuorovaikutus- ja julkaisulustan, jota käyttäjät voivat hallita yksilöllisesti. Sisällön luominen oli palveluissa lähinnä käyttäjien vastuulla, verkostoja rakentui eri aiheiden ympärille, ja käyttäjät olivat aktiivisia. Sosiaalisen median verkkopalvelutuotteita on kehitetty myös Intranet-käyttöön tuotteina, jotka mahdollistavat muun muassa vuorovaikutuksen ja verkostoitumisen. Yksi näistä tuotteista on IBM Connections, joka oli IBM kumppanuuden vuoksi luonnollinen valinta Descomille vuonna 2011 tehdyn sosiaalisen Intranetin käyttöönoton yhteydessä.

Tässä diplomityössä määritetään sosiaalisen Intranetin hyöty tavanomaiseen nähden, dokumentoidaan Descomin siirtyminen tavanomaisesta Intranetistä sosiaalisen Intranetin käyttäjäksi, sekä sosiaalisen Intranetin kehittymistä Descomin pääasiallisena viestintävälineenä. Sosiaalisen Intranetin käyttöönoton yhteydessä esitetään myös Descomilla havaitut tarpeet, joita sosiaalisella Intranetillä haluttiin parantaa.

Työn tuloksena saatiin käsitys siitä, millainen sosiaalinen Intranet on, sekä millaisia haasteita ja hyötyjä sen käyttöönoton ja käytön aikana on kohdattu. Työssä esimerkkinä käytetty tavanomainen Intranet toimii lukijalle viitteenä lähtötilanteeseen ja kohdatut haasteet antavat kuvan kehityskaaren eri vaiheissa havaituista ongelmakohdista sekä esiin nousseista jatkokehitystarpeista.

ABSTRACT

TAMPERE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Master's Degree Programme in Information Technology

SALOKAS, TIMO: Developing a social Intranet for a medium-size IT company

Master of Science Thesis, 49 pages

January 2014

Major: Software Engineering

Examiner: Professor Tommi Mikkonen

Keywords: Social Intranet, IBM Connections, IBM Portal

Conventional Intranet is a web page, which provides organization's employees with managerial communication, current news about the company and its business, as well as other information about the company's internal affairs. Such conventional Intranet corresponds to Descom's Intranet in 2010. Descom's Intranet was based on the IBM WebSphere Portal product. It was used mainly for publishing internal information in a top to bottom manner. New content was published casually as separately specified Intranet content management group did not exist.

At the same time social media services such as LinkedIn and Facebook on the Internet were growing at a frantic pace, providing interaction and publishing platform that users could manage individually. Content creation in the services was primarily depending on the users. Networks were built around a range of subjects and users were actively interacting with one another. Social media networking products have also been developed for Intranet use. These products allow, among other things, the interaction and networking between users. One of these products is IBM Connections. IBM partnership made it natural for Descom to use IBM Connections as a base for its social Intranet which was released in 2011.

In this thesis social Intranet's benefits over conventional Intranet are studied, Descom's transition to social Intranet and its development as Descom's main communication tool is documented. The transition's documentation is also accompanied by Descom's needs for moving from conventional to Social Intranet.

The result of this thesis is an understanding of what a social Intranet is and what challenges and benefits have been encountered by introducing it as Descom's Intranet. The thesis presents its readers with an inside view of the development process of social Intranet in its different phases at Descom.

ALKUSANAT

Tämä diplomityö on tehty Descom Oy:lle vuosien 2012 ja 2013 aikana.

Haluan kiittää diplomityöni tarkastajaa, professori Tommi Mikkosta arvokkaista kommenteista ja asiantuntevasta ohjauksesta työn suunnittelun ja toteutuksen aikana. Descomilta haluan kiittää Outi Ihanainen-Rokiota työhön liittyvistä haastatteluista ja kommenteista, sekä Pekka Laukkasta avusta liittyen aiheen valintaan ja työn aloittamiseen.

Erityiskiitokset kuuluvat vaimolleni Aleksandrille, joka jaksoi tukea ja kannustaa työn tekemisessä ja yliopisto-opintojen suorittamisessa haastavinakin aikoina. Kiitos myös vanhemmilleni, jotka ovat antaneet korvaamatonta tukea tiellä, joka on johtanut tämän diplomityön tekemiseen.

Tampereella 17.12.2013

Timo Salokas
timo.salokas@gmail.com

SISÄLLYS

1	Johdanto	1
2	Taustaa	3
2.1	Intranet	3
2.1.1	Sähköisen viestinnän muutos.....	3
2.1.2	Intranetien tarkoitus ja menestyminen	4
2.1.3	Intranetien käyttöönoton haasteet	5
2.2	Sosiaalisuus Internetissä.....	7
2.2.1	Huolenaiheet työntekijän ja organisaation kannalta	8
2.2.2	Hyödyt verkostoitumisessa ja viestinnässä.....	11
2.3	Sosiaalinen Intranet.....	12
2.3.1	Hyödyt organisaatiolle.....	12
2.3.2	Käyttötutkimus.....	14
3	Descomin siirtyminen sosiaaliseen Intranetiin.....	15
3.1	Tarvekartoitus	15
3.1.1	Mielenkiinnon lisääminen.....	16
3.1.2	Mahdollisuus viestintään	16
3.2	Dome – Descomin sosiaalinen Intranet.....	17
3.2.1	Viestintä.....	17
3.2.2	Keskustelut.....	18
3.2.3	Tiedostojako.....	19
3.3	Käyttöönoton jälkeiset kehitystarpeet	19
3.3.1	Sisällön rakenteellisuuden lisääminen	20
3.3.2	Sisällön hakemisen parantaminen.....	20
3.3.3	Vuorovaikutuksen lisääminen.....	21
3.3.4	Saavutettavuuden parantaminen	22
3.4	Yhteinen etusivu.....	22
3.4.1	Verkkolokikaistaleet	23
3.4.2	Sisältöpäivityskaistale.....	23
3.4.3	Tilapäivityskaistale	25
3.4.4	Yhteisen etusivun arviointi	26
4	Intranetin uudistus	28
4.1	Työtä tukeva ja tehostava etusivu	28
4.1.1	Kysymys- ja vastauspalsta	28
4.1.2	Myynnin työpöytä.....	29
4.1.3	Descom sosiaalisessa mediassa -sivu	30
4.1.4	Yhteenvedo	31
4.2	IBM Connections -alustan versiopäivitys	32
4.2.1	Social Mail ja Calendar -sovellukset	32
4.2.2	Sisällön lisätoiminnot	33
4.2.3	Tapahtumakalenteri	36

4.2.4	Uusittu hakukone	37
4.3	Toteutunut julkaisu	37
4.3.1	Etusivun muutokset.....	37
4.3.2	IBM Connectionsin muutokset	38
4.4	Tilannearvio	39
5	Domen kehityksen tulevaisuus.....	41
5.1	Mahdolliset suuntaviivat	41
5.1.1	Yksinkertaisempi käyttöliittymä.....	42
5.1.2	Haun uudistaminen	42
5.1.3	Viimeisimpien työkalujen käyttäminen	43
5.2	Kehittymisen hallinta	44
6	Yhteenveto	46
	Lähteet.....	48

TERMIT JA NIIDEN MÄÄRITELMÄT

Apache Solr	Apache Foundationin avoimen lähdekoodin hakutuote.
Atlassian Confluence	Wiki-sivuston tarjoava tuote.
Brown Bag	Tunnin mittainen koulutustapahtuma, jossa järjestäjä esittelee osallistujia kiinnostavan aiheen.
Descom	Descom Oy, keski-suuri suomalainen IT-alan yritys.
Dome	Descomin sosiaalinen Intranet.
Dialogue Mapping	Keskustelun visualisointiin tarkoitettu dokumentointitapa.
Estime	Estime Oy -yritys, jonka Descom Oy osti vuonna 2013.
Facebook	Sosiaalisen median verkkopalvelu, jossa käyttäjät muun muassa kommunikoivat keskenään ja perustavat yhteisöjä.
IBM	Lyhennetty nimestä International Business Machines. Julkinen osakeyhtiö.
IBM Connections	Sosiaalisen Intranetin mahdollistava tuote.
IBM Portal	Verkkosivustojen tuottamisen mahdollistava käytetty tuote.
Info-TV	Descom Oy:n toimistoille sijoitetuissa televisioruuduissa pyöritettävä verkkopalvelu yritysviestintää varten.
LinkedIn	Ammattilaisille suunnattu sosiaalisen median verkostointipalvelu.
Notes	IBM Lotus Notes -tuote. Tarjoaa muun muassa sähköposti- ja kalenterisovelluksen.
Portlet, portaalisovelm	IBM Portalin verkkosivulle asennettava ohjelma.
SalesForce	Descom Oy:n käyttämä myynninhallintajärjestelmä.
Subversion	Versiohallintajärjestelmä.
Twitter	Mikroverkkolokipalvelu, jossa käyttäjät viestivät lyhyitä sanomia julkaisemalla toisilleen.
WEF	IBM Web Experience Factory. Portaalisovelmien toteutukseen tarkoitettu työkalu.
Verkkoloki	Internetissä tai Intranetissä henkilön julkaisema kirjoitelma.
Widget	Pienoisohjelma, joka asennetaan verkkosivulle erillisenä komponenttina.
Wiki	Muokattava verkkosivusto, jolla esitetään tietty asia. Tietoa yleensä mahdollista muokata useiden henkilöiden toimesta.

1 JOHDANTO

Internetin sosiaalisen median palvelut kasvattavat suosiotaan jatkuvasti. Niiden yleistyminen 2000-luvulla on saanut aikaan Internetin muutoksen yhdensuuntaisesta viestinnästä aktiiviseen kaksisuuntaiseen viestintään. Käyttäjät tuottavat sisältöä ja kuluttavat toistensa luomaa sisältöä enemmän kuin aikaisemmin, myös ihmisten verkostoituminen Internetin välityksellä on yleisempää kuin koskaan aikaisemmin. Muutos on ollut nopeaa ja laaja-alaista, ja se on hiljalleen tehnyt tuloaan kasvavassa määrin myös yritysten sisäverkkoihin.

Intranetit ovat yritysten sisäverkossa toimivia, yrityksen henkilöstön käyttöön tarkoitettuja verkkopalveluita, joiden periaatteet ovat lähtöisin 90-luvulta. Nyt Intranetit ovat muutospaineiden alla. Työntekijöiden kehittyessä Internetin sosiaalisten verkkopalveluiden käyttäjinä, osaavat he vaatia yrityksiensä Intraneteilta vastaavan kaltaisia toimintoja. Esimerkiksi tiedostojen jakaminen usean käyttäjän kesken tai ajatusten jakaminen verkon välityksellä ovat kaksi asiaa mitkä voi helposti olettaa olevan mahdollisia käyttämällä yrityksen sisäistä verkkopalvelua. Nämä toiminnot ovat kuitenkin yleisesti olleet esimerkiksi sähköpostin varassa.

Intranetin sosiaalisuudella tarkoitetaan mahdollisuutta esimerkiksi jakaa helposti tiedostoja, kommentoida yrityksen julkaisemia uutisia tai muiden esittämiä ideoita, ja yleisesti ottaen olla vuorovaikutuksessa niin organisaation, kuin muiden työntekijöiden kanssa.

Tässä diplomityössä käsitellään Descomin siirtymistä sosiaalisen Intranetin käyttäjäksi ja seurataan Descomin Intranetin kehittymistä vuoden 2011 sosiaalisen Intranetin ensimmäisestä käytössä olleesta versiosta syksyllä 2013 tehtyyn päivitykseen asti. Descom Oy on keskisuuri suomalainen IT-palveluyritys, joka on siirtynyt tavanomaisesta Intranetistä sosiaaliseen Intranetiin vuonna 2011. Sen jälkeen Intranetiä on parannettu ja päivitetty käyttäjäpalautteiden ja -kokemusten, sekä Descomin tarpeiden mukaan. Työtä varten on toteutettu haastatteluja ja yksi ryhmäkeskustelu Descomin sosiaalisesta Intranetistä – Domesta.

Luvussa 2 esitetään taustaa Intraneteista ja niiden yleistymisestä, sosiaalisesta mediasta Internetissä käsitellen niiden aiheuttamia huolenaiheita ja hyötyjä niin organisaation, kuin sen työntekijöiden kannalta. Luvussa esitetään myös sosiaalisen Intranetin käyttöönoton tuomia hyötyjä organisaatioille ja käsitellään itse käyttöönottoa IBM:llä toteutetun tapaustutkimuksen tulosten perusteella.

Luvussa 3 käsitellään Descomin siirtymistä sosiaalisen Intranetin käyttäjäksi aluksi esittämällä Descomilla tunnistetut tarpeet, jotka voidaan kiteyttää viestinnän parantamiseen sekä käyttäjien aktivoimiseen. Tämän jälkeen luvussa siirrytään itse sosiaaliseen Intranetiin esittelemällä sen sisältämiä toimintoja. Julkaisun käsittelyn jälkeen luvussa esitetään ensimmäisessä versiossa havaitut kehitystarpeet, joista yksi oli tiedon rakenteen puuttuminen. Luvussa esitetään viimeisenä yhteinen etusivu, joka kehitettiin tuomaan rakennetta Descomin viestintään.

Luvussa 4 käsitellään Intranetin uudistusprojektia, jossa aluksi suunniteltiin toteutettavan työntekoa tukevia näkymiä. Näkymissä olisi voinut etsiä vastauksia asiantuntijatyössä esiintyviin ongelmiin, seurata Descomin sisäistä ja ulkoista viestintää, sekä nähdä myynnin tilanteen. Osana uudistusprojektia oli niin ikään tarkoitus toteuttaa sosiaalista Intranetiä pyörittävän IBM Connections -tuotteen versiopäivitys. Suunnitelmien jälkeen luvussa esitetään toteutunut julkaisu, joka sisälsi versiopäivityksen sekä muutoksia olemassa olevaan yhteiseen etusivuun. Muun muassa suunnitelmissa olleet työtä tukevat lisänäkymät tuli jättää pois julkaisusta resurssipulan vuoksi. Luvun lopussa käsitellään uudistusprojektin jälkeistä tilannetta, ja pohditaan miten toteutunut julkaisu vastaa Intranetissä havaittuihin puutteisiin.

Luku 5 käsittelee Descomin sosiaalisen Intranetin tulevaisuutta. Luvussa pohditaan ryhmähaastattelun avulla vuonna 2014 jatkuvan kehityksen suuntaa ja tarpeita, joita Intranetissä on havaittu syksyllä 2013 tehdyn julkaisun jälkeen. Luvussa esitetään myös kehittymisen hallittavuutta parantava muutos projektimallista niin kutsuttuun jatkuvan palvelun malliin. Jatkuvan palvelun mallissa yhden suuren julkaisun sijaan toteutettaisiin useampi pieni julkaisu. Mallista toivotaan paitsi apua suunniteltujen julkaisujen toteutumiseen, myös ratkaisua sisäisen kehitystyön resursoinnin ongelmiin.

Luku 6 on yhteenveto tämän diplomityön sisällöstä. Luvussa käsitellään sosiaalisen Intranetin käyttöä ja kehittymistä Descomilla. Kehityksen haasteellisuus ja ratkaisuehdotus tuodaan niin ikään esiin. Lopuksi luvussa todetaan sosiaalisen Intranetin tehokkaaseen käyttöön kuuluvan paljon muutakin kuin teknisen alustan asennus.

2 TAUSTAA

Tämä työ käsittelee Descomin siirtymistä tavanomaisesta Intranetistä sosiaalisen Intranetin käyttäjäksi. Tässä luvussa määritetään aluksi millainen on työn kannalta tavanomainen Intranet, jonka jälkeen käsitellään Internetin sosiaalisen median palveluita määritellen työn kannalta oleelliset huolenaiheet ja hyödyt työelämän näkökulmasta. Lopuksi tässä luvussa määritetään mitä ovat sosiaalisen Intranetin hyödyt ja eroavaisuudet tavanomaiseen Intranetiin nähden. Luvun tarkoitus on antaa lukijalle kuva tavanomaisen ja sosiaalisen Intranetin eroavaisuuksista.

2.1 Intranet

Yleisesti Intranet mielletään yrityksen sisäiseksi verkkosivustoksi, jonne pääsee yrityksen työntekijät tai sidosryhmät, ja jossa on tietoa yrityksen toimintaan liittyen. Intranet voidaan määrittää monella tapaa ja myös eri yritysten toteutukset eroavat toisistaan.

Tämän työn kannalta tavallinen Intranet määritetään sisältämään joukon yleisiä toimintoja, mitä Intraneteista usein löytyy, ottamatta kantaa mahdollisien lisätoimintojen olemassaoloon sillä nämä ovat vahvasti yrityskohtaisia. Tavallista Intranetiä käytetään täten vain esimerkkinä korostamaan sen eroavaisuuksia myöhemmin työssä esiteltävään sosiaaliseen Intranetiin verraten.

2.1.1 Sähköisen viestinnän muutos

Intranet-teknologia aloitti muutoksen, jossa tiedon saaminen on enemmän hakijan vastuulla. Eli tietoa ei lähetetä käyttäjälle, vaan käyttäjän tulee hakea sitä itse. Tämänlainen viestintäkäytännön muutoksen käsitetään olevan muutos passiivisesta vastaanottamisesta aktiiviseen tiedonhakuun.

Sähköisen viestinnän kirjallisuudessa käytetään termejä Push ja Pull kuvaamaan viestinnän luonnetta viestien vastaanottamisen osalta. Push-viestinnällä tarkoitetaan viestintää, joka ikään kuin työnnetään käyttäjälle. Push-viestinnän vastakohta on Pull-viestintä, jolla tarkoitetaan sitä että käyttäjä itse aktivoituu hakemaan viestit. Esimerkki Push-viestistä on esimerkiksi sähköposti, jonka saapumisesta käyttäjä saa ilmoituksen. Esimerkki Pull-viestinnästä puolestaan on esimerkiksi Intranet, jonne käyttäjän tulee itse kirjautua lukeakseen uutisia.

Aktiivista tiedonhakua varten on käytetty englanninkielistä termiä Pull-viestintä, passiivisesta vastaanottamisesta puolestaan käytetään englanninkielistä termiä Push-viestintä. Intranet ole tehokas Push-viestinnän kanava [1], vaan se on yleisesti käyttäjältä enemmän aktiivisuutta vaativa Pull-viestinnän kanava. Pull-viestinnän piirteiden vuoksi Intranet tarvitsee aktiivisesti vierailevia käyttäjiä ja aktiivisesti päivittyvää sisältöä menestyäkseen.

Intranetin käyttöönoton jälkeen tehty käyttötapoihin painottuva tutkimus [2] suoritettiin haastattelemalla Volvo Car International -yrityksen henkilöstöä. Haastatteluista osa koee muutoksen hyväksi, sillä tiedon saaminen on käyttäjän itsensä vastuulla. Positiiviseksi viestintäkäytännön muutos koetaan myös siksi että aiemmin harjoitettu passiivinen vastaanottaminen, eli Push-viestintä, aiheutti paljon turhautumista vastaanotettavan tiedon paljouden vuoksi. [2]

Volvo Car Internationalilla toteutetun tutkimuksen haastatteluissa mainitaan viestinnän luonteen muutoksessa negatiiviseksi puoleksi se, ettei Intranet ilmoita tiedon saapumisesta erikseen, toisin kuin sähköposti. Haastateltujen mukaan aikaisemman Push-viestintäkäytännön ansiosta työntekijät tunsivat saavansa kaiken saatavilla olevan tiedon, vaikkakin sitä oli toisten mielestä liian paljon. [2]

2.1.2 Intranetien tarkoitus ja menestyminen

Intranetien käytöstä tehdyssä tutkimuksessa [3] selvitetään miten tutkituissa yrityksissä koetaan Intranet, ja mitä varten se on otettu käyttöön. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla yritysten henkilöstöä.

Tutkimuksessa tuotiin esille muutamia vastauksia kysymykseen, mikä Intranet on. Molemmissa yrityksissä Intranet todettiin yhteisövälineeksi ja identiteettityökaluksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että Intranet sulkee sisäänsä sekä virallisen että epävirallisen esityksen organisaatiosta itsestään. [3]

Yksi haastateltava mainitsi, että Intranetin on organisaatiolle tapa osoittaa että se on olemassa ja tulee toimeen uuden teknologian kanssa, sekä että organisaatio osaa hyödyntää Intranetiä toiminnassaan. Toinen haastateltava kuvasi samaan tapaan Intranetin tavaksi muille nähdä mikä organisaatio on ja mitä se pystyy tekemään. Kolmas mainittu haastatteluvastaus pitää Intranetin olemassa oloa järkevänä niin sisäisen viestinnän näkökulmasta, kuin osaamisen ja tuotteiden markkinoinnin työkaluna. [3]

Haastatteluissa tuotiin myös esille Intranetin käyttötapa tiedon varastointiin ja hakemiseen. Tämän lisäksi Intranetin todettiin olevan uusille työntekijöille pääsytie yrityksen kulttuuriin. [3]

Intranetin olemassa olon kolmea perustavanlaatuista tarkoitusta käsittelevässä artikkelissa [1] esitellään tarkoituksiksi sisältö, kommunikaatio sekä aktiviteetit. Artikkelin mukaan Intranetit ovat yleisesti tietovarastoja, ja niiden tiedonhallintaominaisuudet kehittyvät jatkuvasti, kuten esimerkiksi käyttäjien hallinnoiminen. Artikkelissa todetaan organisaatioiden huomanneen kuitenkin että Intranet, jonka tarkoitus on toimia vain sisällön välittäjänä, ei tule menestymään. Syy tähän johtuu artikkelin mukaan käyttövoista, sillä tietovarastona toimivaan Intranetiin kirjaudutaan sisään vain kun on tarve, joka saattaa olla kerran viikossa, kuukaudessa tai kvartaalissa. [1]

Kommunikaatiotarkoituksessa artikkelissa nostetaan esiin Intraneteissä yleinen uutisointi, jossa yritys voi viestiä tärkeistä uutisista ja tiedotteista. Artikkelissa todetaan Intranetin olevan tehokas kommunikaation väline vain silloin, kun sivusto itse on hyödyllinen henkilökunnalle. [1]

Tietovarastona toimimisen sijaan artikkelissa kuvataan Intranetin käyttöä paikkana, jossa voi suorittaa asioita. Eri aktiviteetteja voi artikkelin mukaan olla esimerkiksi henkilöstöosaston itsepalvelu, matkavarausten tekeminen, erilaiset verkkolomakkeet, sekä yhteistyötä edistävät työkalut. Artikkelin mukaan näiden myötä henkilöstö voisi suorittaa Intranetissä osan päivittäisistä työtehtävistään. [1]

Jos organisaation Intranetin halutaan menestyvän, sen tulee sisältää kaikki edellä mainituista kolmesta ominaisuudesta [1]. Menestyvästä Intranetistä tulee siis löytyä sisältöä, viestintää sekä aktiviteetteja. Näiden alueiden kattamisen myötä Intranetin tulisi olla hyödyllinen päivittäisessä työnteossa.

Volvo Car Internationalin haastatteluissa mainittiin useaan otteeseen että Intranetin tulee sisältää materiaalia, joka on työntekijöille hyödyllistä päivittäisessä työnteossa. Esimerkiksi Intranet sisälsi organisaatiokaavioita ja liiketoimintaa koskevia visioita, mutta tämän kaltaisesta tiedosta ei ole apua organisaation operatiivisessa toiminnassa. [2] Tämä selittää haastateltujen joukossa esiintynyttä tyytymättömyyttä.

2.1.3 Intranetien käyttöönoton haasteet

Intranetin käyttöönotossa on sopiva olettaa samankaltaista muutosvastarintaa kuin missä tahansa muussa päivittäiseen toimintaan vaikuttavassa muutoksessa. Intranetin asema organisaatiossa on yleensä hyvin keskeinen, joten vaikutukset voivat olla hyvinkin laaja-alaisia.

Konkreettisia muutoksia tulisikin tulla, sillä Intranetin käyttöönotolla toivotaan yleensä työtä tehostavia muutoksia työtapoihin ja rutiineihin. Vaikutus riippuu hyvin paljon siitä mitä palveluja Intranet tarjoaa, ja miten organisaatio itse suhtautuu Intranetiin. Intranetejä käsitelleen artikkelin mukaan Intranetit voidaan nähdä kasvavassa määrin sähköisinä työympäristöinä toimistotyöntekijöille. [4]

Artikkelin mukaan hyvin suunniteltu Intranet voi tehostaa työntekoa ja viestintää merkittävästi. Huonosti suunniteltu Intranet voi paitsi laskea työtehokkuutta, se voi myös kasvattaa yleistä turhautuneisuutta organisaatiossa ja herättää negatiivisia tunteita sitä tahoa kohtaan, jonka vastuulla Intranet-projekti on ollut. [4]

Volvo Car Internationalin Intranetiä käsittelevässä tutkimuksessa mainitaan millaista sisältöä käyttäjät kokisivat hyödylliseksi päivittäisessä työnteossään. Intranet voisi sisältää esimerkiksi ajan tasalla olevia puhelinnumeroita, toimistojen osoitteita, yrityksen virallisia liikemerkkejä eri formaateissa, kaavakkeita esimerkiksi käyntikorttien tilausta varten sekä muuta vastaavaa materiaalia.

Tutkimuksessa tarkastellun Volvo Car Internationalin Intranetistä nämä päivittäistä työntekoa hyödyttävät asiat puuttuivat, minkä seurauksena useimmat haastatellut eivät pitäneet Intranetiä pääasiallisena tiedonhankinnan työkaluna. Esimerkiksi yksi haastateltavista mainitsee että Intranetin käyttämisen sijaan hän puhui kollegoilleen tai järjestäisi tapaamisia käsitelläkseen asioita, jotka olisi voinut hoitaa Intranetissä. [2]

Tutkimuksessa havaittiin Intranetiä vastahakoisesti käyttävien käyttäjien olevan kuitenkin aktiivisia Internet-palveluiden käyttäjiä. Tutkimuksen mukaan Internetin palveluiden yleistyminen ja kehittyminen luo organisaatioille paineen kehittää Intranetin tarjoamia palveluita, sillä työntekijät olettavat yritysten sisäisten samankaltaisten toimintojen olevan mahdollisia suorittaa Intranetin kautta. [2] Yksi esimerkki tällaisesta voi olla laskutus, sillä verkkopankkipalveluiden vuoksi työntekijöillä on syytä olettaa samankaltaisen toiminnan olevan mahdollista myös Intranetin kautta, sillä työkalu molempien käyttämiseen – tarkoittaen tietokonetta ja Internet-selainta – on sama.

Tutkimuksessa analysoidaan havaittujen hankaluuksien perusteella että koska Intranetin takana oleva verkkoteknologia on niin sanotusti hiljaista teknologiaa, sen passiivisuutta vain korostetaan antamalla ainoastaan lukuoikeudet sen käyttäjille. Intranet ei vaadi käyttäjäänsä lukemaan sisältöä, kun taas sähköposti ilmoittaa käyttäjälle uusista viesteistä. Siirtyminen sähköpostipainotteisesta tiedostuksesta Intranetiin painottuvaksi käyttäjiltä oletetaan aktiivisuutta jotta sisältö päivittyisi ja tulisi luetuksi. [2]

Tutkimuksen väite on että yleinen oletama tiukan ja keskitetyn hallintamallin tarpeellisuudesta Intranetin siihen, että Intranet voi olla hyödyllinen, tulisi kyseenalaistaa. Näkemys hallittavuuden tarpeellisuudesta on yleinen. Tutkimuksessa toteutetut haastattelut toivat esille ongelmia, jotka eivät rajoitu vain Volvo Car Internationalin tapaukseen. Samankaltaiset ongelmat ovat tutkimuksen mukaan tyypillisiä yrityksille, jotka omaavat vahvat juuret teollisuudessa. Tutkimuksen mukaan Intranetin menestykselle on tarpeellista että käyttäjät asetetaan etusijalle, ja Intranetin hallintaan suhtaudutaan vapaamielisesti. [2]

Käyttöönoton haasteita on koottu myös toisessa tutkimuksessa. Tutkimuksessa käsiteltiin National Semiconductor Corporationin (NSC), SAS Instituten, Oak Ridge National Laboratoryn ja Lockheed Martin Energy Systemsin yhteisen, sekä Bectel Group Incorporatedin Intranetin käyttöönoton haasteita. [5]

Esimerkiksi NSC:n Intranetin käyttöönotossa ylempi johto näki Intranetin uhkana ja käytti valtaansa sen pysäyttämiseen. Intranet-hankkeen takana olleen ryhmän tuli saavuttaa yhteisymmärrys ylemmän johdon kanssa Intranetin käytöstä ja hyödyllisyydestä. Heidän tuli osoittaa että Intranet ei riko olemassa olevia normeja ja käytäntöjä. Ylemmän johdon lisäksi eri osastot olivat epäileväisiä Intranetiä kohtaan sillä se muuttaisi olemassa olevia osastojen välisiä rakenteita sekä hierarkioita. Tutkimuksessa esitetään että Intranetin käyttöönotto onnistui lopulta sillä se onnistuttiin asemoimaan olemassa olevien sosiaalisten rakenteiden asettamien rajojen sisäpuolelle. [5]

Toinen esimerkki Intranetin käyttöönoton haasteista oli SAS Institutionin SAS Wide Web –niminen Intranet. Tarpeena oli saavuttaa yksi järjestelmä joka integroisi monet SAS Institutella käytössään olleet, keskenään epäyhteensopivat tietojärjestelmät ja täten mahdollistaisi muun muassa paremman tiedon jakamisen organisaation sisällä. Aluksi SAS Wide Webistä kehitettiin pienimuotoinen prototyyppiversio joka ei menestynyt. [5]

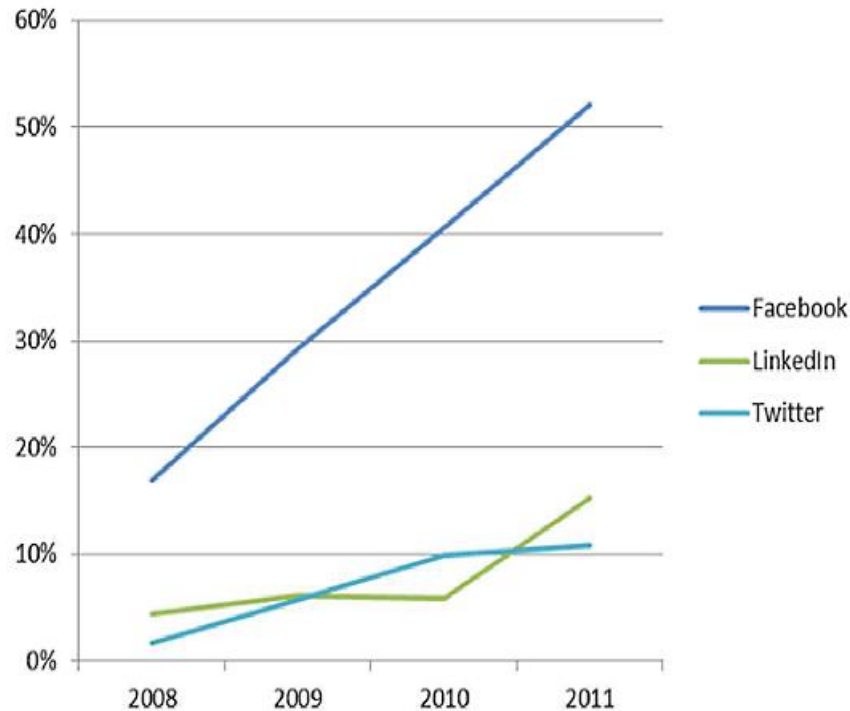
Tutkimuksen mukaan epäonnistuminen johtui siitä, että Intranet ei sisältänyt sen toimintaympäristön sosiaalisia rakenteita, eivätkä käyttäjät ymmärtäneet Intranetin potentiaalia. SAS Wide Webin kehitys ei loppunut alun epäonnistumiseen, vaan integraatioita muiden järjestelmien ja formaattien kanssa lisättiin. Kehitystyön tuloksena Intranet hyväksyttiin laajemmin. [5]

Organisaatioiden ongelmat Intranetien julkaisuissa eivät olleet niinkään teknisiä ongelmia, vaan organisaation sisäisten rakenteiden ja tiedonvälityksen hierarkioiden muuttamiseen liittyviä ongelmia. Organisaatioiden tulisi sijoittaa Intranet aluksi olemassa oleviin sosiaalisiin rakenteisiin sopivaksi välttääkseen sen käyttöönoton epäonnistumisen. Tutkimuksen mukaan Intranetit todennäköisesti tulevat muuttamaan näitä sosiaalisia rakenteita. [5]

2.2 Sosiaalisuus Internetissä

Sosiaalisen median käyttäjien lukumäärä on kasvanut nopeasti. Esimerkiksi vuosien 2008 ja 2011 välillä Facebookin, LinkedInin ja Twitterin käyttö on kasvanut todella paljon – 75 miljoonasta 600 miljoonaan käyttäjään Facebookissa, 20 miljoonasta 100 miljoonaan käyttäjään LinkedInissä, ja kahdesta miljoonasta 200 miljoonaan käyttäjään Twitterissä. [6]

Organisaatioiden työntekijät käyttävät sosiaalisen median palveluita kasvavassa määrin, selviää Microsoftilla vuosien 2008 ja 2011 välillä tehdyistä tutkimuksista. Tutkimustulos käyttäjämäärien kasvusta on esillä kuvassa 2.1. Palveluita käytetään paitsi henkilökohtaiseen yhteydenpitoon ystävien kesken, myös verkostoitumiseen kollegoiden kanssa.



Kuva 2.1 Päivittäisten käyttäjien osuus kaikista työntekijöistä Microsoftilla [6].

Seuraavissa alakohdissa käsitellään Internetin sosiaalisen median palveluiden käyttöä yrityksen näkökulmasta. Käsiteltävänä ovat sosiaalisen median palveluiden käytön kohtaama kritiikki sekä käyttämisen hyödyt työpaikoilla niin organisaation kuin työntekijän kannalta.

2.2.1 Huolenaiheet työntekijän ja organisaation kannalta

Sosiaalisen median palveluiden käyttöä käsittelevässä tutkimuksessa todetaan uusien viestintä- ja yhteistyövälineiden kohtaavan usein vastarintaa johtamisasemassa olevien henkilöiden tasolta. Niiden katsotaan häiritsevän virallisen viestinnän olemassa olevia käytäntöjä kunnes uudet käytännöt ja toimintatavat muotoutuvat uusien työvälineiden ympärille. Tällaisia viestintävälineitä ovat olleet esimerkiksi sähköposti sekä pikaviestimet, mutta nykyään ne ovat tärkeä osa työntekijöiden välistä viestintää. [6]

Sosiaalisen median verkkopalveluita käsittelevässä tutkimuksessa [7] haastateltiin eri sosiaalisten verkostojen käyttäjiä. Haastatteluissa nousi toistuvasti esiin neljä huolenaihetta.

Ensimmäinen huolenaihe oli sosiaalisen median verkkopalveluiden käytön salliminen yrityksessä ylipäätään. Yksinkertaisesti huolenaiheena oli se, että palveluiden käyttö olisi vain ajan ja tehokkuuden hukkaan heittämistä. [7]

Toisena huolenaiheena haastatteluissa esiintyi eri tuttavapiirien sekoittumisesta johtuva henkilökohtaisen persoonan ja työpersoonan yhteensovitus. Pääsyrarajoitusten hallinta palveluissa kuten Facebook auttavat asettamaan eri näkyvyyden esimerkiksi kollegoille ja yksityiselämän ystäville. Tästä huolimatta haastateltavat kokivat painetta ammattimaisuutensa ylläpitämiseksi työtuttavuuksien silmissä, osittain sen vuoksi että ominaisuus luoda käyttäjäryhmiä oli vasta saapunut Facebookiin eivätkä haastateltavat tienneet ominaisuuden olemassaolosta. [7]

Kolmas haastateltujen esiin nostama ongelma on henkinen paine hierarkia-, status-, ja valtarajojen ylittämisestä. Esimerkiksi käyttäjä voi tuntea paineen muuttaa omaa sosiaalisen median persoonaansa ammattimaisemmaksi, mikäli hänen esimiehensä seuraa hänen julkaisuja palvelussa. [7]

Viimeinen neljästä useimmin esiintyneestä ongelmasta koskee tiedon salassapitoa ja yrityksen sisäisten asioiden tahatonta julkaisemista kaikkien nähtäville. Esimerkiksi henkilö, joka kertoo avoimesti vapaa-ajan suorituksistaan ja saavutuksistaan voi kertoa myös työsaavutuksistaan. Työsaavutuksien jakaminen saattaa olla tietyissä tapauksissa hyväksyttävää, mutta haastateltavan mukaan yrityssalaisuuksien julkaisu tahattomasti on mahdollista. [7]

Eri palvelut ovat suunniteltu erilaisiin käyttötarkoituksiin, mikä auttaa hallitsemaan työntekijän työ- ja yksityiselämässä esiintyviä persoonia ja ohjaamaan tuttavuuksuhteiden muodostumista. Esimerkiksi Facebookissa käytetään termiä kaveri, mikä viittaa yksityiselämän ystävyyteen. Kuvassa 2.2 on nähtävillä esimerkki Facebook-profiilin alkuosasta.

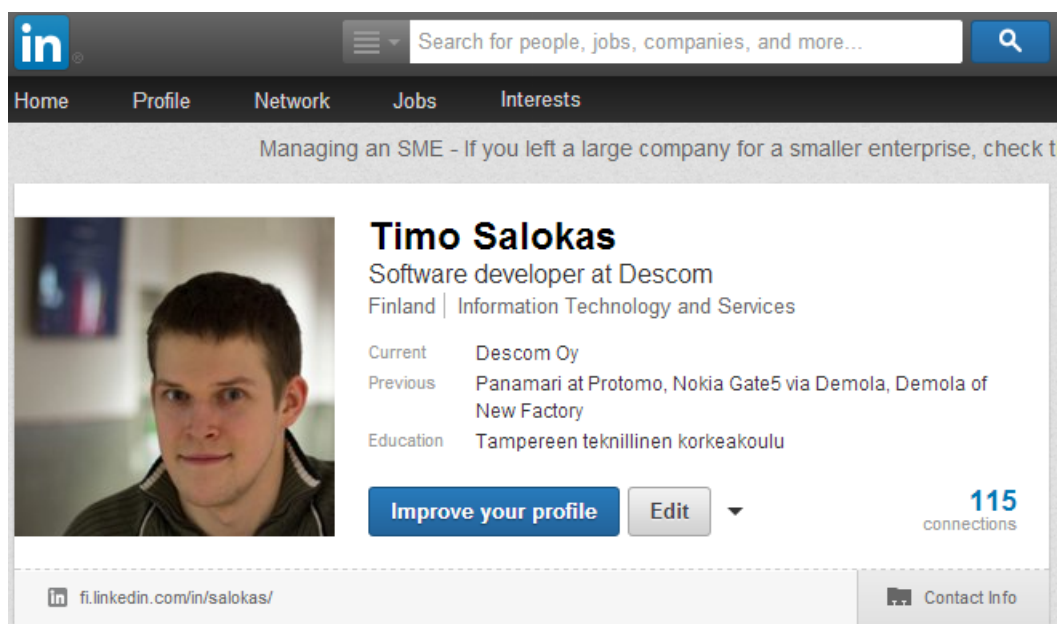
LinkedIn-palvelussa käyttäjien välinen suhde lokeroidaan tarkemmin. Käyttäjä on toisen käyttäjän kollega, luokkatoveri, liiketuttava, ystävä, tai muu määriteltävä tuttava. Kuvassa 2.3 on nähtävillä esimerkki LinkedIn-profiilin alkuosasta, ero Facebook-profiiliin on huomattavissa siinä, millaista tietoa esitetään ja millainen on sivun ulkoasu.

Suhteen kuvauksen lisäksi nämä kaksi esimerkkipalvelua eroavat sisällössään. Molemmat palvelut aloittavat käyttäjäprofiilin listaamalla työ- ja opiskelupaikkoja, mutta alempana profiilisivulla palvelut eroavat. Facebook esittää käyttäjän julkaisemia kuvia, tilapäivityksiä, kiinnostuksen kohteita, uskontoa ja mielipiteitä, kun taas LinkedIn-käyttäjä esittää pääasiassa ansioluettelon muodossa olevan käyttäjäprofiilin avulla nostamatta esiin tietoa esimerkiksi käyttäjän uskonnosta ja poliittisesta kannasta.

Osa yrityksistä ja oppilaitoksista rajoittaa sosiaalisen median palveluiden käyttöä oma- ta tietoverkostaan, kun taas osa sallii käytön. Yrityskulttuurilla ja työtehtävillä voidaan olettaa olevan suuri merkitys käyttöä koskevissa asenteissa. Esimerkiksi markkinointi- toimistoissa käyttö voi olla suositeltavaa ajan hermolla olemisen kannalta. Toisaalta esimerkiksi puolustusalan yrityksessä saattaa käyttörajoituksilla olla tarkoitus estää työntekijöitä lataamasta sisältöä palveluihin, tai käyttämästä aikaa palveluiden tarjoa- man sisällön seuraamiseen.



Kuva 2.2 Facebookin tapa esittää käyttäjäprofiili.



Kuva 2.3 LinkedInin tapa esittää käyttäjäprofiili.

2.2.2 Hyödyt verkostoitumisessa ja viestinnässä

Sosiaalisen median palvelut auttavat työntekijöitä verkostoitumaan paitsi keskenään, myös organisaation ulkopuolella olevien tuttavien ja kollegoiden kanssa. Suurin työhön liittyvä hyöty on Facebook- ja Twitter -palveluiden käyttöä tutkineen tapaustutkimuksen mukaan niiden helppo ja tunkeilematon tapa luoda, ylläpitää ja vahvistaa työntekijöiden välisiä suhteita. [7]

Sosiaalisen median palveluissa jaetaan tietoa henkilökohtaisista asioista. Esimerkiksi syntymäpäiviä, yleisiä kuulumisia, huolenaiheita, sekä muita asioita joita palvelun käyttäjä haluaa jakaa muiden kanssa. Työntekijät pääsevät tutustumaan toisiinsa niin kutsuttuja kahvitaukokeskusteluja syvemmin, sekä löytämään yhteyksiä toistensa välillä esimerkiksi palvelun ilmoittamien yhteisten tuttavien, kouluhistorian tai aiempien työpaikkojen muodossa.

Tiedon hakemista käsittelevän tutkimuksen [8] tarkoitus oli tutkia miten tiedon löytäminen hakukoneiden avulla on verrattavissa tiedon löytämiseen sosiaalisten verkostojen kautta. Tutkimuksessa 12 henkilöä haki sosiaalisesta verkostostaan tietoa kysymällä kysymyksiä tilapäivitysten avulla, ja toisaalta etsimällä vastausta itse Internetin hakukoneilla.

Tutkimuksen tulosten perusteella hakukoneilla etsiminen koettiin paremmaksi tavaksi etsiä itse tietoa, kuin kysyä sosiaaliselta verkostolta. Sosiaalisista verkostoista saadut vastaukset olivat kuitenkin henkilökohtaisempia ja luotettavampia. [8] Tutkimustulokset tuovat esille verkostoitumisen arvon tiedon hankinnassa. Arvon, joka on helppo päätellä mutta vaikea mitata.

Johdon näkökulmasta viestintävälineiden hyötyjen tunnistaminen on usein haastavaa, sillä todistusaineistoa tuottavuuden kasvuun on hankala löytää. Tutkimuksessa [7] todetaan yhtenäisyys aluksi sähköpostin ja sitä seuranneiden pikaviestinten yleistymisen aikaiseen todistustaakkaan. Tuottavuutta ei voitu tällöin suoraan osoittaa tai mitata, mutta siitä huolimatta molemmat palvelut ovat käytössä laajalti ja tärkeä osa monen organisaation viestintää.

Nykyään monet organisaatiot ovat luoneet oman profiilin suosittuihin sosiaalisen median palveluihin kuten Facebook, Twitter, ja LinkedIn. Esimerkiksi Descom käyttää kaikkia kolmea palvelua [9] [10] [11]. Jokaisen profiilin kautta Descom julkaisee liiketoimintansa kannalta merkittäviä uutisia, avoimen työpaikkojen ilmoituksia, sekä tietoa ja kuvia eri tapahtumista. Näkyvyys sosiaalisen median palveluissa luo ja vahvistaa yrityksen tunnettuutta ja mielikuvaa niin työnhakijoiden kuin potentiaalisten asiakkaiden silmissä.

Poliittiset organisaatiot ovat niin ikään alkaneet käyttämään sosiaalista mediaa hyväkseen. Yksi tunnetuimmista esimerkeistä on Yhdysvaltain presidentti Barack Obaman vaalikampanja, joka nousi uutisiin toimivan ja kustannustehokkaan kampanjointiajattelunsa avulla. Obaman väitetään voittaneen muun muassa siksi että hän käytti tehokkaasti hyväkseen Internetin tarjoamia mahdollisuuksia kerätä kannattajia ja viestiä heidän kanssaan kustannustehokkaalla ja vaikuttavalla tavalla. [12]

Obama viestii yhä presidentin virassa ollessaan maailmalle muun muassa hänen Twitter-palvelussa olevan profiilinsa välityksellä joko henkilökohtaisesti tai henkilökuntansa kautta [13]. Tutkimuksessa [7] arvioidaan että sosiaalisen verkostoitumisen teknologiat kohtaisivat tämän vuoksi vähemmän vastarintaa paikoissa, joissa niistä voisi olla hyötyä.

2.3 Sosiaalinen Intranet

Sosiaalinen Intranet tarjoaa mahdollisuuden hyödyntää Intranetiä kanavana henkilöstön ja yrityksen välillä. Se voidaan nähdä niin palautekanavana kuin yhteistyöalustana. Seuraavaksi esitetään sosiaalisen Intranetin hyötyjä organisaatiolle, sekä sen käytöstä tehdyn tutkimuksen tuloksia.

2.3.1 Hyödyt organisaatiolle

Palautekanavana sosiaalisen Intranetin hyöty on mitattavissa siitä, miten paljon yritys arvostaa ja haluaa hyödyntää henkilöstöltä tulevaa palautetta. Palautekanavatarkoituksessa sosiaalinen Intranet tarjoaa yhteisen työkalun sisäisten asioiden läpikäymiseen hallitusti yrityksen sisällä, joten esimerkiksi työtoimenpiteitä hidastavat seikat on helpompi tuoda puheenaiheeksi.

Yrityksen sisäisen vuorovaikutuksen mahdollistamisen voidaan ajatella tuovan laajalaisia vaikutuksia liiketoimintaan liittyen. Henkilöstön tyytyväisyyttä on mahdollisuus kasvattaa, työturvallisuutta voidaan parantaa, sekä työssä käytettäviä prosesseja voidaan tehostaa.

Innovointi ja liiketoimintaa parantavien oivallusten luominen kuuluvat useissa yrityksissä tunnistettujen arvojen joukkoon. Innovaatioiden avulla yritys voi kehittää asiakkaille tarjottavia tuotteita ja palveluita, tehostaa omaa toimintaansa, sekä erottautua kilpailijoistaan.

Wikimaniaa yrityksiin -kirjassa [14] kirjoitetaan innovaatiosta seuraavalla tavalla: ”Jokainen yhteisö tarvitsee innovatiivisuutta. Olemassa olevaa toimintaa halutaan parantaa ja tehostaa jatkuvasti sekä tarvitaan uusia tuote- ja palveluideoita. Kuka tahansa organisaatiossa tai sen ulkopuolella voi saada hyvän oivalluksen, jota usean henkilön vuorovaikutuksessa voidaan tuotteistaa. (Ojala & Pöysti 2008) Sosiaalisen median työväli-

neillä pystytään keräämään ja jatkojalostamaan syntyneitä ideoita sekä testaamaan niiden hyödyllisyyttä ennen varsinaista tuotantoa”. Kirjassa todetaan siis suoraan vuorovaikutuksen ja innovoinnin tiivis suhde.

Yhden henkilön tekemä oivallus voi tuntua merkityksettömältä kyseiselle henkilölle, mutta toisessa henkilössä se voi herättää uusia ajatuksia. Vuorovaikutus tapahtuu, kun oivalluksen saanut henkilö kertoo asiasta toiselle henkilölle, joka puolestaan julkaisee omia ajatuksiaan oivallukseen liittyen. Samaa kaavaa jatkaen alun perin pieneltä tuntu- neella oivalluksella on mahdollisuuksia kasvaa liiketoiminnan kannalta merkittäväksi innovaatioksi.

Yhteistyöalustana sosiaalinen Intranet tarjoaa mahdollisuuden jakaa henkilökohtaisia oivalluksia ja kohdattuja ongelmatilanteita, sekä saada apua muilta Intranetin käyttäjiltä esimerkiksi ratkaisujen, aivoriihien tai uusien näkökulmien muodossa. Yhden henkilön päähänpisto ei välttämättä sellaisenaan näyttäydy suurena mahdollisuutena, mutta mikäli useat henkilöt tarttuvat ajatukseen lisäten siihen omia mietteitään, on lopputuloksena mahdollista saada monien alojen asiantuntijoiden kesken jalostettu ratkaisu.

Toinen näkökulma vuorovaikutuksen lisäarvoon on tarkastella asiaa innovoinnin sijaan ongelmanratkaisun näkökulmasta. Wikimaniaa yrityksiin -kirjassa [14] todetaan, että ”Yksi ihminen ei pysty ratkaisemaan laajoja ja monimutkaisia ongelmia nopeasti. Oppimistutkimuksen mukaan ihminen ei millään opi yksin niin nopeasti ja monipuolisesti kuin ryhmä. Uusi tieto syntyy yhteistyön tuloksena. Tuottavuuden nostoon tarvitaan vuorovaikutusta ja yhteistä tiedon luomista ja tietenkin välineitä työskentelyyn”. Tämä tuo esille yrityksen oppimiseen ja yhteistyöhön liittyvät hyödyt.

Ongelmaratkaisun tarpeen ilmetessä työntekijä voi käyttää teoreettisesti koko yrityksen henkilöstöresursseja sen ratkaisemiseen. Tietyissä tilanteissa ongelma voi vaikuttaa suurelta, vaikka se olisi nopeasti ratkaistavissa oikean asiantuntijan löydyttyä.

Ongelmanratkaisun nopeutumisen lisäksi edellä mainittu käytötapaus voi tuoda esille suurempia kehityskohteita esimerkiksi yrityksen käytäntöihin liittyen. Uusiutuvat ongelmat voidaan huomata, mikäli ne käsitellään yleisellä foorumilla kuten sosiaalisessa Intranetissä, ja mahdollisesti tunnistaa niihin johtaneet syyt.

Sosiaalisen Intranetin taloudellisia hyötyjä on haastava mitata, mutta esimerkiksi AT&T:n organisaatiossa sosiaalisen Intranetin käyttöönoton arvellaan tuovan 80 miljoonan dollarin säästöt viiden vuoden aikana tehokkuuden lisääntymisen myötä. Säästöt mainitaan saavutettavan siksi, että työntekijöillä on omat profiilisivut, joista käy ilmi henkilöiden työhistoria sekä osaamisalueet. Asiaa käsittelevässä artikkelissa AT&T:n kasvavan viestinnän toiminnanjohtaja Blair Klein toteaa Amerikkalaisten johtajien olevan kiinnostuneita sosiaalisesta mediasta. [15]

Klein mainitsee myös että mikäli henkilöstön halutaan käyttävän sosiaalista Intranetiä, heille on annettava ohjeita. Ohjeet auttavat käyttäjiä hyödyntämään sosiaalista Intranetiä tehokkaasti ja lisää käyttäjien itsevarmuutta julkaista asioita. [15]

2.3.2 Käyttötutkimus

IBM:n sisällä toteutetussa tutkimuksessa [16] rakennettiin sosiaalisen verkostoitumisen verkkopalvelu nimeltä Beehive. Beehive oli palomuurilla rajoitettu vain IBM:n sisäiseen käyttöön, tästä huolimatta käyttäjiä oli 57 eri maasta. Palvelu oli samankaltainen kuin esimerkiksi Facebook sisältäen yleiset sosiaalisen verkkopalvelun ominaisuudet, kuten ystävyysuhteiden luominen, käyttäjäprofiilisivut joka käyttäjälle ja median jakaminen. [16]

Palvelussa ei rajoitettu minkä tyyppistä sisältöä käyttäjät voivat jakaa, vaan käyttäjät pystyivät jakamaan toisilleen niin henkilökohtaista kuin ammattimaista sisältöä. Tutkimuksessa haastateltiin useita Beehiven käyttäjiä etsien vastausta kysymyksiin kenen kanssa työntekijät verkostoituvat, mikä motivoi työntekijöitä käyttämään Beehiveä, ja minkä tyyppistä sisältöä palvelussa jaetaan. [16]

Tutkimuksessa huomattiin, että vaikkakin käyttäjät verkostoituvat usein läheisimpien kollegoidensa kanssa, he eivät käyttäneet Beehiveä jakaakseen sisältöä heidän kanssaan. Sen sijaan käyttäjät käyttivät palvelua kaukaisimpien kollegoidensa kanssa verkostoitumiseen. Näitä kollegoita ovat esimerkiksi henkilöt, joiden kanssa käyttäjä on työskennellyt aikaisemmin, mutta joiden kanssa käyttäjä ei keskustele säännöllisesti. [16]

Tutkimuksessa mainitaan kaksi hyötyä organisaatiolle. Ensinnäkin Beehiven käyttäjien joukosta suuri osa oli johtotason henkilöstöä, mikä tutkimuksen mukaan osoittaa Beehiven olevan hyödyllinen monen eri tason työntekijälle. Toiseksi hyödyksi tutkimus mainitsee Beehiven sisältämän tiedon olevan organisaation käytettävissä ja varastoitavissa. [16]

Tiedolla tutkimuksessa viitataan käyttäjien yhteyksiin, aktiviteetteihin, sekä kiinnostuksen kohteisiin. Tutkimuksen mukaan tämän tiedon hyöty tulee siitä että organisaatio kykenee paremmin ymmärtämään työntekijöitään, ja saamaan enemmän tietoa organisaatiota kiinnostavista asioista. Hyödyksi voidaan myös käsittää se, että tutkimuksen mukaan työntekijät voisivat kasvavassa määrin etsiä ja käyttää ulkopuolisia palveluita verkostoitumiseen ja tiedon jakamiseen, mistä puolestaan voi seurata organisaation sisäisen viestinnän ja tiedon ajautuminen palomuurin ulkopuolelle. [16]

3 DESCOMIN SIIRTYMINEN SOSIAALISEEN INTRANETIIN

Tässä luvussa käsitellään Descomin siirtymistä sosiaalisen Intranetin käyttäjäksi. Aluksi käsitellään tarvekartoituksen muodossa syitä siihen, miksi siirtymä tehtiin. Tämän jälkeen kuvataan Dome, jolla tarkoitetaan Descomilla käytössä olevaa sosiaalisen Intranetin palvelua. Domen esittelyn jälkeen kuvataan siinä havaittuja jatkokehitystarpeita, jonka jälkeen tarpeiden perusteella luotua yhteistä etusivua. Luvussa kuvataan pääosin teknisestä näkökulmasta se, miten Descomilla on päädytty siirtymään sosiaaliseen Intranetiin, ja millainen se on ominaisuuksiltaan. Sosiaalisen Intranetin muodostavien tuotteiden ja palvelujen tekniset yksityiskohdat kuten asentaminen ja sovelluskehitys rajataan tämän työn ulkopuolelle.

3.1 Tarvekartoitus

Descomilla oli vuonna 2010 käytössä IBM Portal -tuotteen päälle rakennettu Intranet. Tämä sisälsi kaikkea mitä tyypilliseltä Intranetiltä voidaan odottaa kuten yksisuuntaista viestintää tuotettujen uutisten ja tiedotteiden muodossa, ohjeistuksia staattisilla sivuilla sekä ladattavia lomakkeita.

Vuonna 2011 Descom siirtyi käyttämään IBM Connections -tuotteen varaan rakennettua sosiaalista Intranetiä, ja seuraavissa alakohdissa on tarkoitus selvittää mitkä asiat johtivat siirtymiseen. Kuva 3.1 selventää tavoitetilaa ja syitä sosiaalisen Intranetin käyttöön otolle ja esittää Intranetin käyttöä koskevan ydinkysymyksen ”Miten saadaan aktivoitua kaikki mukaan?”.

Siirtymisen yksityiskohtaisempien syiden ja tavoitteen selvittämistä varten toteutettiin haastattelu Descomin osaaminen ja prosessit -alueen johtajan Outi Ihanainen-Rokion kanssa. Haastattelu [17] toteutettiin videoneuvottelun välityksellä 11. lokakuuta vuonna 2012. Haastattelun tavoitteena oli selvittää miksi Descom oli päättänyt ottaa sosiaalisen Intranetin käyttöönsä, mitä ongelmia sosiaalisen intranetin käyttöönoton jälkeen ilmeni, miten ne ratkaistiin, sekä miten Intranet kehittyy seuraavaksi.

Haastattelussa kävi ilmi, että Descom ei määrätietoisesti halunnut siirtyä sosiaaliseen Intranetiin, vaan tarve oli tehdä asioita toisella tapaa kuin siihen asti. Sosiaalisen Intranetin määrittämisen sijaan lähdettiin siitä, mitä asioita pitää tehdä, jotta Descomin

sisäinen viestintä alkaisi toimia. Tämän tarvekartoituksen tiedot perustuvat täysin edellä mainittuun haastatteluun. [17]



Ydinkysymys: Miten saadaan aktivoitua kaikki mukaan?



Kuva 3.1 Tavoitekuva ja ydinkysymys [18].

3.1.1 Mielenkiinnon lisääminen

Vuoden 2010 Intranetissä oli vähän käyttäjiä, sekä vain muutama ihminen, jotka toimivat sisällöntuottajina oman työnsä ohessa. Kävijämäärä Intranetissä oli alhainen, eikä Intranet ollut kovinkaan seurattu kanava. Käyttäjämäärän alhaisuuden haastateltu arvelee johtuneen siitä, että Intranet ei yksinkertaisesti ollut mielenkiintoinen seurata. Tämä johti esimerkiksi siihen, että tärkeä johdon viestintä ei tavoittanut koko henkilöstöä. [17]

Erillisiä sisäisen viestinnän sisällöntuottajia ei ollut, joten Intranet päivittyi harvoin. Sisällöntuottajat julkaisivat tiedotteita ja uutisia muilta töiltä ehtiessään silloin kun tiedotettavaksi määritettyjä asioita oli julkaistavaksi. Tämä päivittymättömyys vei mielenkiintoa seurata viestintää. Sen lisäksi se viestintä, mitä Intranetissä julkaistiin, tuli aina tietynlaisen tiedotelomakepohjan mukaisena, mikä ei myöskään ollut viestinnän mielenkiintoisuutta lisäävä tekijä vaan lähinnä päinvastoin. Ensimmäiseksi tavoitteeksi määritettiin Intranetin käyttäjämäärän kasvu lisäämällä mielenkiintoa Intranetin tapahtumiin. [17]

3.1.2 Mahdollisuus viestintään

Toinen tarve oli saada työkalu ja kanava, joka mahdollistaisi sen, että kaikki pääsisivät viestinnästä osalliseksi. Osallistuttamisella tarkoitettiin käyttäjän aktivoimista niin viestinnän vastaanottajan kuin sisällön tuottajan roolissa. Mahdollisuutta näiden roolien jakamiseen ei juuri ollut, sillä Intranetistä puuttui käyttäjien lisäksi työkalut, joilla sisältöä voisi tuottaa kuka tahansa. Huomattiin, että mikäli käyttäjät halutaan osalliseksi

viestintään myös sisällöntuottajien rooleissa, tarvitaan alusta, joka tarjoaa siihen sopivat työkalut. [17]

Haastattelussa tuli ilmi myös toinen näkökulma tarpeeseen muuttaa Intranet. Haastattelutavan mukaan Descomissa tehtävä melko abstrakti työ tarkoittaa sitä, että henkilöstön käsittelemät asiat eivät aina ole yksiselitteisiä, joka puolestaan saa aikaan sen, että henkilöstöllä on valtavasti viestintää niin keskenään kuin johdon kanssa. Tämä haastaa Intranetin käytön viestinnän työvälineenä. [17]

3.2 Dome – Descomin sosiaalinen Intranet

Tarvekartoituksessa esiteltyihin ongelmiin vastaamiseksi Descomilla siirryttiin käyttämään IBM Connections -tuotetta Intranetina. Connectionsin ulkoasu muokattiin vastaamaan Descomin sen aikaista graafista ilmettä ja uusi Intranet nimettiin Domeksi. Seuraavissa alakohdissa tarkastellaan miten se soveltuu Intranetille määrättyihin käyttötarkoituksiin.

Havaittujen Intranetin ongelmakohdienten lisäksi asetettiin myös tavoite lisätä henkilöstön sisäistä vuorovaikutusta [17]. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että helpotetaan tiedostojen jakamista sekä lisätään henkilöstön mahdollisuuksia viestiä keskenään sekä osallistua yrityksen kehitykseen. IBM Connections -alustavalintaan päädyttiin IBM-kumppanuuden lisäksi siksi, että tarjolla olevista Intranetin alustoista Connections nähtiin edistävän parhaiten Intranetille asetettuja tavoitteita.

3.2.1 Viestintä

Dome on Descomin pääasiallinen viestintäväline. Sen kautta hoidetaan suurin osa sisäisestä tiedotuksesta ja keskustelusta liittyen Descomin strategiaan, henkilöstöön, liiketoimintayksiköihin sekä tiimeihin.

Henkilökunnan on mahdollista verkostoitua keskenään Connectionsin tarjoaman verkostoitumisominaisuuden avulla. Verkostoituminen Connectionsissa tarkoittaa sitä, että keskenään verkostoituneet henkilöt vastaanottavat tiedotteita ja ilmoituksia toistensa aktiviteeteista. Aktiviteetteja ovat muun muassa suositukset sisältöön kuten tiedostoihin, verkkolokeihin tai wiki-sivuihin, tilapäivitykset, verkkolokikirjoitusten julkaiseminen ja niin edelleen.

Yhteisöjen käyttö jakaa sisältöä kokonaisuuksiksi. Esimerkiksi eri liiketoimintayksiköillä on omat yhteisönsä, kuten myös jokaisella tiimillä on omansa. Yhteisöjen verkkolokit toimivat tiedotusvälineinä yhteisön aiheen tapahtumista. Verkkolokeina julkaistaan muun muassa eri tiimien viikkopalaverit, johtoryhmien kokousten pöytäkirjat sekä tiedotteita järjestettävistä tapahtumista, kuten kesäpäivät tai pikkujoulut.

Verkkolokien käyttöä koskee myös tiedon jakamisen käytännöt Descomin sisällä. Lähtökohtaisesti kaikki verkkolokit näkyvät koko henkilöstölle, kuten muukin Domen sisältö. Verkkolokien lukijoista kuka vain voi osallistua tai aloittaa keskustelun kirjoittamalla kommentin verkkolokin yhteyteen, ja suositella verkkolokkia tai verkkolokin kommentteja muille verkostonsa jäsenille.

Verkkolokeja voi myös kuka vain luoda lisää. Periaatteena on, että kuka vain voi toimia sisällöntuottajana [17] ja täten julkaista omaa työtään tai vapaa-aikaansa koskevia verkkolokikirjoituksia. Esimerkiksi teknologiayhteisöihin on mahdollista dokumentoida hyväksi havaittuja ratkaisumalleja, joihin on tämän jälkeen helppo kenen vain palata.

Verkkolokien ohella toinen tärkeä ominaisuus on tiedostojen jakaminen, josta lisää alakohtassa 3.2.3, sekä wiki-sivut. Yksi wiki-sivujen avulla toteutettu tiedotuskokonaisuus on Descomin henkilöstökäsikirja. Käsikirjasta löytyy tietoa sairaslomista, matkustamisesta, sekä muista työelämää koskevista asioista.

Wiki-sivun avulla yhteisen tiedon hallinta on helppoa, laajennettavuus on hyvä ja tieto on Intranetiä selaavien hakukoneiden löydettävissä. Wiki-sivuja käytetään myös osassa projekteista pitämään kirjaa yhteisistä käytännöistä. Muokkaus ja lisäys ovat kenen tahansa tehtävissä, mutta tärkeimmillä sivuilla – kuten esimerkiksi henkilöstökäsikirja – on aina vastuhenkilö, joka huolehtii että kyseinen sivu on ajan tasalla.

IBM Connectionsin tarjoaman wikin lisäksi käytössä on Atlassianin Confluence-wiki-tuote. Descomin Confluence sisältää Domea enemmän teknisiä dokumentaatioita, jotka liittyvät esimerkiksi tietyn projektin kehitys- ja tuotantoympäristöihin, tai projektikohtaisten tuotteiden käyttöön. Confluenceen tallennettu tieto onkin yleisesti enemmän ohjelmistokehitysasioita, kun taas Domen wiki-sivut sisältävät enemmän koko organisaatiolle yhteisiä asioita.

3.2.2 Keskustelut

Descomin Intranetissä kannustetaan keskusteluihin sisällön kommentoinnin lisäksi myös antamalla käyttäjille mahdollisuus kirjoittaa tilapäivitysviestejä. Tilapäivitysviestit ovat nopeita kirjoittaa ja viestivät siitä mitä kirjoittaja tekee, mitä ongelmaa kirjoittaja yrittää ratkaista, tai muusta kirjoittajaa mietityttävästä asiasta.

Tilapäivitysten aloittamat spontaanit ideariihet liiketoiminnan tai työskentelyn parantamiseksi ovat yksi esimerkki vuorovaikutuksen eduista. Tämän kaltaisia keskusteluja on syntynyt myös Descomilla. Esimerkiksi työskentelyä koskevat ongelmakohdat ovat olleet helpot tuoda esille tilapäivitysten avulla, ja yleensä ne ovat aiheuttaneet keskustelua jonka tuloksena ongelma on saatu ratkaistua.

Uutta tietoa siis syntyy, kun aluksi yksi käyttäjä esittää ajatuksen tai pulmatilanteen, ja muut käyttäjät yhtyvät keskustelemaan siitä. Yrityksen osaamista voidaan keskustelujen avulla tasoittaa, ja ongelmatilanteita ratkoa entistä sujuvammin.

3.2.3 Tiedostojako

Tiedostojen säilyttäminen ja jakaminen Intranetissä on keskeinen osa Domea. Tiedostojen jakamisen avulla on toteutettu esimerkiksi henkilöstön CV-pankki, josta eri projekteihin sopivien tekijöiden etsiminen voidaan hoitaa keskitetysti. Myös projektisuunnitelmat, liiketoimintaympäristön kartoitukset sekä muut liiketoimintaan liittyvät dokumentit julkaistaan joko kaikkien käytettäväksi tai vain tiettyjen henkilöiden käyttöön Domessa.

Tiedostojakotoiminto sallii käyttäjien keskustella tiedostosta kommenttien avulla, sekä ladata palvelimelle päivitetty versio tiedostosta ilman, että keskustelut katoavat. Tämä kannustaa tiedostojen sisällön kehittymistä, tukee sosiaalisen Intranetin vuorovaikutusperiaatteita, sekä Domelle asetettuja tavoitteita vuorovaikutuksen ja kiinnostavuuden edistämisen suhteen.

3.3 Käyttöönoton jälkeiset kehitystarpeet

Intranet-ratkaisun haasteena oli se, että tieto oli osittunut moniin eri yhteisöihin, joista kaikki olivat samalla tasolla toisiinsa nähden. Käyttäjille tarjottiin mahdollisuus rakentaa erinäisistä pienoishjelmista itselleen sellainen sivu, jonka he kokivat parhaiten tukevan omaa työskentelyä.

Pienoisohjelmia kehitettiin kesällä 2011, ja saman vuoden syksyllä niitä oli tarjolla jo useampi kappale. Käyttäjien oli pienellä vaivalla mahdollista asettaa verkkolokien seurantaohjelma omalle Intranet-sivulleen, ja tallentaa siihen kaikki verkkolokit, jotka itse koki tärkeäksi. Myös IBM Connections tarjosi verkkolokien seuraamiseen sähköpostijärjestelmän, joka ilmoittaa uusista verkkolokiviesteistä niiden yhteisöjen osalta, jotka käyttäjä on valinnut seurattavaksi. Pienoisohjelmalla haluttiin vähentää sähköpostiliikennettä sekä helpottaa usean seurattavan verkkolokin valitsemista.

Käyttäjät saivat vapaasti päättää mitä verkkolokeja he valitsivat pienoishjelmaan. Tästä kuitenkin seurasi se, että yrityksen kannalta tärkeimmät verkkolokit eivät välttämättä olleet seurattujen joukossa kaikkien käyttäjien listalla. Domen lähettämät sähköpostiviestit myös hukkuivat helposti muiden viestien sekaan, joten henkilön liittäminen tärkeitä tiedotteita julkaiseviin yhteisöihin ei myöskään ollut tae tiedotteiden lukemiselle.

Pian havaittiin että johtamisviestinnän seuraamisesta oli tullut työlästä, toisaalta samaan aikaan sisäinen viestintä haluttiin yhä hoitaa Intranetin välityksellä, eikä esimerkiksi sähköpostilistojen kautta Intranetin tarjoamien vuorovaikutusmahdollisuuksien vuoksi.

Sisäisen Intranetin kehityksen tarve oli täten huomattu, ja tavoitetilä seuraavaa versiota varten alkoi selkeytyä. Tarpeiden täyttämiseksi katsottiin parhaaksi rakentaa yhteinen etusivu kaikille käyttäjille.

Yhteisen etusivun sisältö muuttuisi jatkuvasti Intranetin aktiivisuuden mukaan, mutta sen näyttämiin sisältökanaviin käyttäjät eivät voisi vaikuttaa itse. Sisältökanavia varten perustettiin oma ryhmä sisäisestä viestinnästä vastaavista henkilöistä, jotka voivat muuttaa mitä verkkolokeja jokaisen käyttäjän etusivulla näytetään.

Seuraavissa alakohdissa määritetään mitä tavoitteita Intranetin jatkokehittämisellä toivottiin saavutettavan ja kertoa tehtyihin päätöksiin johtaneet syyt. Alakohtien lähteenä käytetään työtä varten toteutettua haastattelua [17].

3.3.1 Sisällön rakenteellisuuden lisääminen

Ratkaisuksi rakenteellisuuden lisäämiseen valittiin toteuttaa kaikille Intranetin käyttäjille yhteinen etusivu. Kokonaisvaltaisena tavoitteena tälle sivulle oli, että yrityksen virallinen viestintä, epävirallinen viestintä, sisällönpäivitykset sekä vuorovaikutus nostettaisiin aiempaa paremmin esille ja yhteiseen tekemiseen osallistumiseen kannustettaisiin.

Etusivu suunniteltiin olemaan käyttäjän sähköinen työpöytä, joka tarjoaa kootusti yhdellä sivulla kaiken Descomin virallisen viestinnän, uusimmat sisällönpäivitykset sekä aktiiviset tilapäivityskeskustelut.

Sen sijaan, että yrityksen toiminnan kannalta tärkeät uutiset ja kokouspöytäkirjat löytyisivät vain omista yhteisöistään, tärkeimmät otsikot koottaisiin etusivulle. Samoin päivittyneet tiedostot, wiki-sivut, foorumiviestiketjut, sekä käyttäjien verkkolokit haluttiin tuoda yhdeksi uutisvirraksi kaikkien nähtäville. Tämä virta osoittaisi Intranetin aktiivisuutta, ja mahdollistaisi käyttäjien löytää mielenkiintoisia, mutta aiemmin tuntemattomia tiedostoja tai keskusteltavia aiheita.

3.3.2 Sisällön hakemisen parantaminen

Yksi Intranetin ominaisuus nousi tärkeämmäksi kuin muut kun keskusteluja kehitystarpeista käytiin. Tämä ominaisuus oli tiedon hakeminen. Intranetissa olevaa tietoa haettiin IBM Connectionsin hakukonetta käyttäen. Tyytymättömyyttä haun käytettävyyteen ja tiedon löydettävyyteen havaittiin välittömästi Intranetin käyttöönoton jälkeen.

Hakusivun käyttölogiikka koettiin epäselväksi, sillä hakulaatikko muutti rajouksia automaattisesti sen perusteella, missä Intranetin osassa käyttäjä oli. Esimerkiksi käyttäjän ollessa yhteisösivulla, hakulaatikko haki oletusarvoisesti vain yhteisöistä, ja profiilisivulla puolestaan profiileista. Käyttäjien kannalta selkeintä olisi, mikäli hakulaatikon

rajaus pysyisi aina oletusarvoisesti asetettuna löytämään tuloksia kaikesta Connection-sin sisällöstä.

Hakutulokset koettiin vaikeaselkoisiksi, sillä haettaessa henkilön nimellä, löytyi ensimmäisinä tuloksina verkkolokeja ja muuta sisältöä, jota kyseinen käyttäjä oli lisännyt – ei siis itse haettavan käyttäjän profiilisivua. Myös haun asennuksen suhteen havaittiin puutteita, sillä tietyllä selaimen kielestä riippuen haku joko hyväksyi tai hylkäsi kieli-kohtaiset kirjaimet, kuten ä ja ö.

Suurin ongelma, joka haluttiin korjata, oli että haku ei ulottunut Domen ulkopuolelle. Descomin käyttämistä järjestelmistä erityisesti teknologiapainotteinen, Atlassian Confluence -tuotteen avulla toteutettu, wiki-sivusto haluttiin saada Intranetin hakuindeksiin. Myös Subversion-pohjaisen tietovarasto haluttiin saada osaksi Intranetin indeksin sisältämiä järjestelmiä sillä osa Descomin asiakkaita koskevia dokumentteja on tallennettu Subversion-hakemistoihin.

Osa ongelmista saatiin korjattua muokkaamalla haun asetuksia, mutta käytettävyyden parantamiseksi haluttiin rakentaa uusi hakusivu, ja uusia järjestelmiä varten haluttiin ottaa käyttöön täysin uusi hakukone. Uusi haku toimisi esittämällä käyttäjille vain yksi hakukenttä, jonka kautta hakuja voisi suorittaa ja tuloksia saada kaikista lisätyistä järjestelmistä.

3.3.3 Vuorovaikutuksen lisääminen

Tilapäivitykset ovat olennainen osa Descomin Intranetin kautta tapahtuvaa vuorovaikutusta. Intranetissä tapahtuvan vuorovaikutuksen yksi ajatus on, että avulla yhden käyttäjän aloittamasta keskustelusta on mahdollista kehittää useita organisaatiotasoja osallistuttava ideariihi, jonka tuloksena voi olla esimerkiksi liiketoimintaa parantava oivallus. Muun muassa tämä omien tilapäivitysten tekeminen sekä muiden tilapäivitysviestiketjuihin osallistuminen haluttiin tehdä helpoksi.

Tilapäivitysten määrää haluttiin kasvattaa aikaisemmasta, sillä niissä syntyneistä keskusteluista oli huomattu olevan hyötyä liiketoiminnan kehittämisen lisäksi päivittäiseen työnteekoon liittyvien ongelmien ratkaisemisessa. Osaamisen jakaminen henkilöstön kesken uskotaan johtavan koko organisaation osaamisen kehittymiseen.

Tilapäivitysten kanssa toimiminen on suoraviivaista itse IBM Connectionsissa, mutta kun muut tavoitteet otettiin huomioon, oli selvä että yhteiselle etusivulle halutaan lisätä myös keskustelukomponentti. Tämä komponentti sallisi käyttäjän nähdä kaikkien muiden käyttäjien tekemät tilapäivitykset, sekä tilapäivityskommentit muiden uutisten kanssa. Tavoite oli myös mahdollistaa omien päivitysten tekeminen sekä keskusteluihin osallistuminen tämän komponentin kautta suoraa etusivulta.

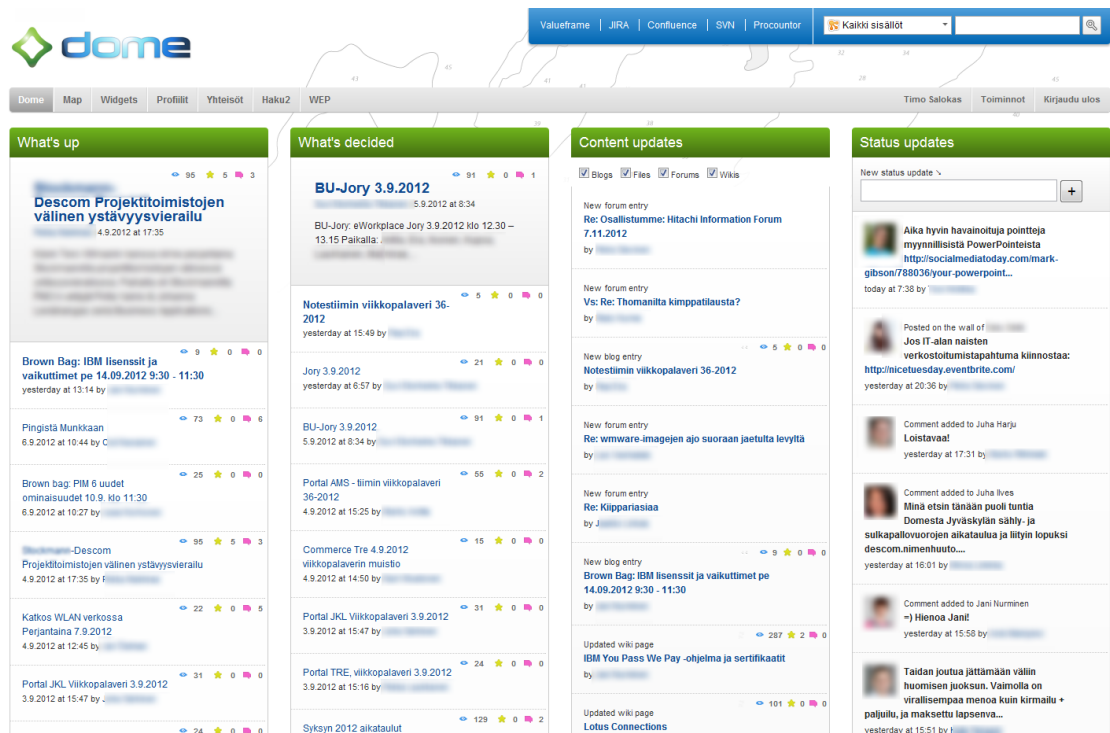
3.3.4 Saavutettavuuden parantaminen

Descomin Intranet oli saatavilla vain Descomin sisäverkossa. Useat työntekijät ovat kuitenkin päivittäin työmatkoilla joko palaverissa asiakkaan kanssa, tai tekemässä töitä kotoa käsin. Intranetin tavoite on kuitenkin olla koko yrityksen yhteinen pääviestintäväline, joten jokaiselle työntekijälle haluttiin mahdollisuus päästä siihen käsi riippumatta sijainnista.

Esimerkiksi tilanteessa, jossa asiakkaan kanssa neuvotteleva myyntihenkilö haluaa näyttää Descomin Intranet-ratkaisua referenssinä kaupattavan tuotteen mahdollisuuksista, pääsy Intranetiin on välttämätön. Myös asiakkaan tiloissa työskenteleville työntekijöille tulisi tarjota pääsy Descomin Intranetiin.

3.4 Yhteinen etusivu

Yhteisen etusivun toteutustekniikaksi valittiin IBM Connectionsin lisäksi toinen sovellys – IBM Portal. Portal tarjosi mahdollisuuden rakentaa etusivu portaalisovelmia käyttäen. Ennen Connectionsiin pohjautuvaa Intranetiä, Descomin Intranet oli rakennettu suoraan Portalin päälle, joten Intranet-kokemuksia kyseisestä järjestelmästä oli kertynyt asiakasprojektien lisäksi sisäisestä käytöstä. Kuvassa 3.2 esitetään yhteisestä etusivusta otettu ruudunkaappaus.



Kuva 3.2 Yhteinen etusivu.

Seuraavissa alakohdissa kuvataan portaalisovelmia, jotka muodostavat etusivun keskeisimmän sisällön. Sovelmista kerrotaan käyttötarkoituksen lisäksi niiden keskeisimmät

tekniset ratkaisut, joista yhteisenä mainittakoon kehitystyökalu IBM Web Experience Factory (WEF).

Portaalisovellukset rakennettiin IBM Web Experience Factory -tuotteen avulla, jotta kehitys olisi nopeampaa kuin ohjelmoimalla portaalisovellukset alusta alkaen käsin Java-sovelluksiksi. WEF on Eclipse-kehitysympäristön päälle rakennettu työkalu portaalisovellusten nopeaan kehittämiseen. Aikaisemmalta nimeltään IBM WebSphere Portlet Factory sisältää valmiita komponentteja (builder), ja näistä komponenteista muodostuvia malleja (model), joita toisiinsa liittämällä saadaan aikaan muun muassa portaalisovelluksia.

3.4.1 Verkkolokikaistaleet

Verkkolokikaistan tarkoitus on esittää verkkolokisyyteitä useasta eri verkkolokista, jotka sijaitsevat Domessa. Kaistoja on kaksi, ja niihin on valittu seurattavat verkkolokit sisällön perusteella. Verkkolokikaistaleista otettu ruudunkaappaus on nähtävillä kuvassa 3.3.

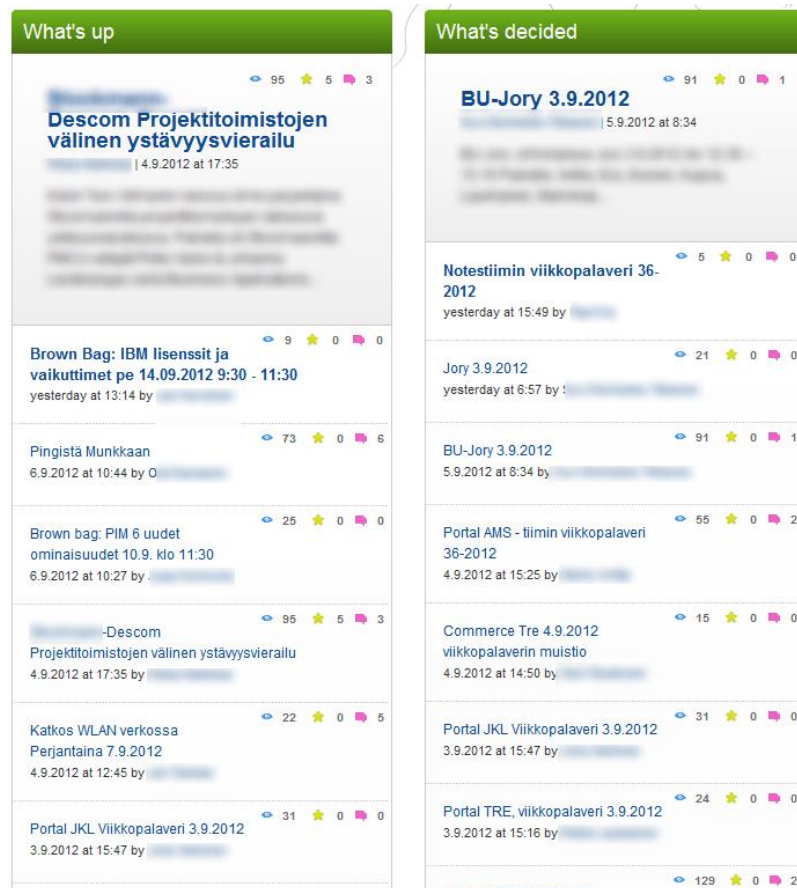
Ensimmäinen kaista on otsikoitu ”What’s up”. Sen tarkoitus on näyttää Descomin hallinnon julkaisemat tiedotteet, eli viestiä hyödyllistä tietoa koko yrityksen näkökulmasta – ei projektien tai asiakkuuksien. Kaistan listaamat verkkolokiotsikot ovat peräisin esimerkiksi henkilöstöyhteisön verkkolokista, teknisen tuen verkkolokista, sekä toimipaikkojen verkkolokeista.

Toisen kaistan otsikko on ”What’s decided”. Nimensä mukaisesti se listaa päätösviestintään liittyviä otsikoita. Otsikot kerätään esimerkiksi toimitusjohtajan verkkolokista, liiketoimintayksiköiden verkkolokeista, sekä johtoryhmän verkkolokista. Seurattuina kaistassa ovat siis käytännössä johtoryhmän kokouspöytäkirjat sekä tiimien viikkopalaverit.

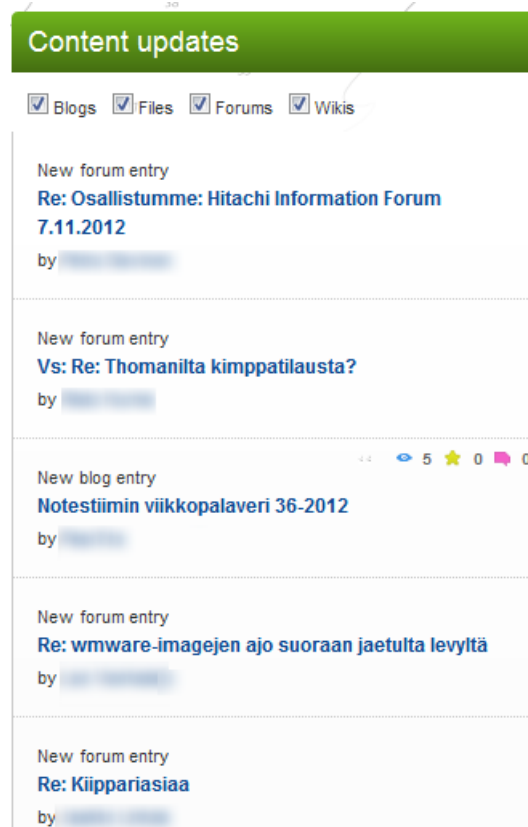
3.4.2 Sisältöpäivityskaistale

Domessa tapahtuu päivittäin paljon eri aktiviteetteja. Yhteisöihin julkaistaan verkkolokikirjoituksia eri aiheista, tiedostoja ladataan katseltavaksi, keskustelufoorumeilla viestiketjut saavat vastauksia ja wiki-sivuja päivitetään.

Tietosisältö muuttuu päivän aikana useita kertoja, ja vaikka yhteisen etusivun oli tarkoitus tuoda ohjatusti sisältö tietyistä kanavista yhdelle sivulle, haluttiin silti Intranetin aktiivisuus pitää osana kokonaisuutta. Sisältöpäivityskaistale esittää uusimmat päivitykset kaikista julkisista verkkolokeista, foorumeista, tiedostoista sekä wiki-sivuista yhdessä kaistassa. Kuvassa 3.4 on esillä sisältöpäivityskaistaleesta otettu ruudunkaappaus.



Kuva 3.3 Verkkolokikaistaleet.



Kuva 3.4 Sisältöpäivityskaistale.

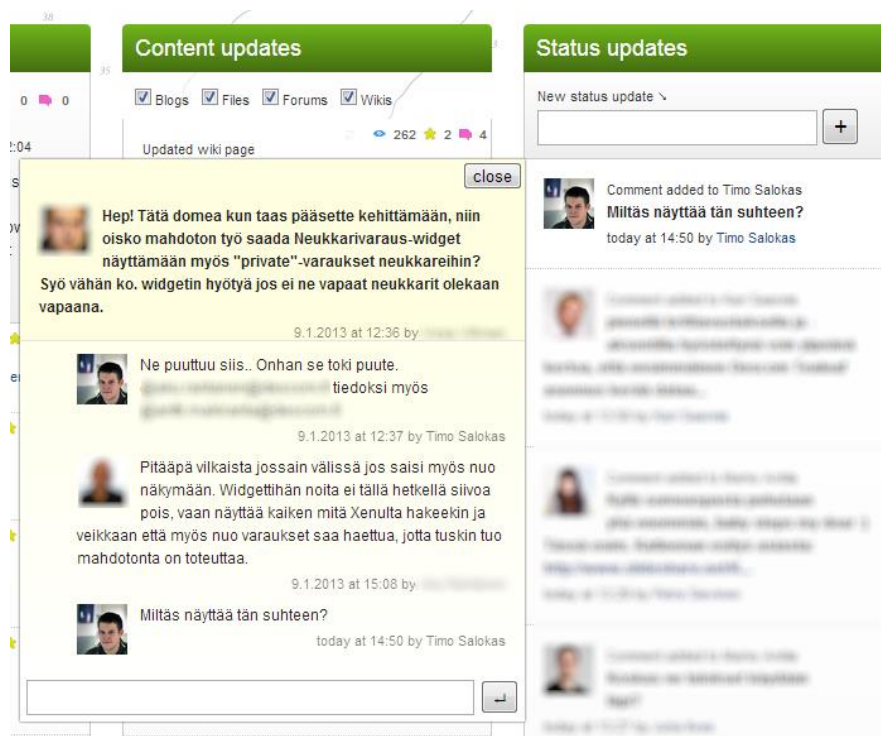
Sisältöpäivityskaistaleen sekä myöhemmin tarkemmin kuvailtavan tilapäivityskaistaleen (alakohta 3.4.3) ansiosta Intranet pyrkii olemaan mielenkiintoisempi seurata sillä kaistaleet tarjoavat lukijoille uutta sisältöä tiheään tahtiin.

3.4.3 Tilapäivityskaistale

Tilapäivityskaistale on tarkoitukseltaan sama kuin sisältöpäivityskaistale (alakohta 3.4.2), eli sen tehtävä on tehdä Intranetin yhteisestä etusivusta aktiivinen. Tilapäivitykset irrotettiin kuitenkin omaksi kaistaleekseen, jotta niiden merkitystä voitaisiin korostaa.

Vuorovaikutus ja keskustelut ovat Intranetin tärkeimpiä ominaisuuksia ja suuri osa näistä keskusteluista käydään nimenomaan tilapäivitysten välityksellä. Tilapäivityskaistale tarjoaa käyttäjille kaikkien käyttäjien päivitykset yhtenä virtana ja yhdistää samaa keskustelua olevat ketjut yhdelle riville listassa. Käyttäjä voi valita listasta rivin, jolloin kaistaleen viereen avautuu erillinen keskustelunäkymä. Keskustelunäkymästä otettu ruudunkaappaus on esillä kuvassa 3.5.

Keskustelunäkymässä näkyy alkuperäinen tilapäivitys sekä kaikki sen keräämät kommentit. Näkymässä alimpana on tekstikenttä, jonka avulla käyttäjä voi kirjoittaa uuden kommentin avatun keskustelun jatkeeksi. Keskustelut ovat kaistaleen ja erillisen näkymän avulla tuotu esille ja niihin osallistuminen on helppoa. Toimintoa on käytetty paljon Descomin sisäiseen kanssakäymiseen etenkin eri paikkakunnilla sijaitsevan henkilöstön välillä.



Kuva 3.5 Tilapäivityskaistale.

3.4.4 Yhteisen etusivun arviointi

Intranetin jatkokehitykselle asetetut tavoitteet (kohta 3.3) pyrittiin saavuttamaan yhteisen etusivun kehityksen yhteydessä. Tavoitteiden osalta ei ollut selvää määritelmää niiden saavuttamiselle, joten seuraava tavoitteiden analysointi suoritetaan haastatteluun [17] perustuen.

Kaistaleisiin pohjautuva etusivu on tuonut esille tärkeitä uutisia ja parantanut johdon viestintää henkilöstön suuntaan. Tiedotteita luetaan ja löydetään paremmin kuin aikaisemmin ja tyytyväisyys Intranetiä kohtaan tuntuu olevan kohonnut.

Suurimman lisäarvon katsotaan tuovan tilapäivityskaistale, sillä se tuo ”virtuaalisen viestinnän kovin näkyväksi”. Ensimmäistä kertaa yhteisöllisyyden tuntu on mahdollista rakentaa tällaisella välineellä.

Ratkaisua haettiin enemmän siihen, mikä on oikeasti tärkeää kuin rakenteen puuttumiseen. Määritettiin että Descom tarvitsee näkymän, mitä voi katsella ja päätellä mitkä asiat ovat tärkeitä. Vaikka Intranetissä on sosiaalisen median virtaa sekä kaikkea muuta toimintaa paljon, on pystytty tuomaan ”tietty toimituksellinen lähestymistapa.”

Haastattelussa kävi myös ilmi että Intranet ei kuitenkaan ole vielä sellainen mitä sen pitäisi olla. Käyttötottumuksien muuttuminen vie aikansa. Tarkoitus on saada ihmiset käyttämään Intranetiä työkalumaisemmin ja varsinaista työsisältöä tulee kokoajan enemmän.

Mikäli verrataan tilannetta asetettuihin tavoitteisiin, voidaan huomata että osa tavoitteista jäi saavuttamatta, mutta vastaavasti osassa onnistuttiin oikein hyvin. Sisällön rakenteellisuuden lisäämisessä (alakohta 3.3.1) onnistuttiin jäsentelemällä tärkeät uutissyötet omiin etusivun kaistaleisiin.

Sisällön hakemisen parantamisessa (alakohta 3.3.2) puolestaan epäonnistuttiin sillä Intranetin käyttämä hakukone ja haun käyttöliittymä ovat yhä samat kuin ennen. Haku-toiminto lisättiin yhteiselle etusivulle, mutta kyseessä on sama hakutoiminto kuin Intranetissä aiemmin ollut IBM Connections mukana tuleva haku.

Vuorovaikutuksen lisäämisessä (alakohta 3.3.3) onnistuttiin erinomaisesti ja ominaisuus kuuluu haastattelun perusteella yhdeksi suurimmista parannuksista vanhaan versioon nähden. Keskusteluvirran tuominen etusivulle samaan näkymään tärkeiden tiedotteiden kanssa on auttanut kasvattamaan etusivun mielenkiintoisuutta ja yhdessä virallisten uutisten kanssa nämä kaksi tietokanavaa tukevat toisiaan.

Saavutettavuuden parantaminen (alakohta 3.3.4) jäi niin ikään ratkaisematta. Käyttäjien tulee yhä kirjautua Intranetiin tunnuksillaan joko Descomin tietoverkosta tai VPN-etäyhteyden kautta. Intranet on tarkoitettu henkilöstön työvälineeksi sen sijaan että se olisi pelkkä tiedotuskanava ja täten sen sisältämä asiakasmateriaali on oltava suojattuna. Yksinkertaisin tapa sisällön suojaamiseen on rajata pääsy koko Intranetiin vain Descomin sisäverkkoon.

4 INTRANETIN UUDISTUS

Intranetin etusivu oli ensimmäinen askel pidemmällä matkalla. Etusivusta saatujen kokemusten perusteella Intranetiä on tarkoitus kehittää tuomalla uusia vastaavanlaisia kooste- ja työkalunäkymiä käyttäjien saataville. Näiden näkymien on tarkoitus lisätä läpinäkyvyyttä työntekoon sekä yrityksen tilaan ja tulevaisuuteen liittyen, sekä mahdollistaa entistä tehokkaampi vuorovaikutus tarjoamalla toimintoja työntekoa tukemaan.

Seuraava versio on suunniteltu sisältävän uuden entistä monipuolisemman etusivun, joka esitellään seuraavaksi. Etusivun jälkeen pureudutaan itse Intranetin sosiaaliset ominaisuudet tarjoavan IBM Connections -tuotteen versiopäivityksen tuomiin uusiin ominaisuuksiin.

Lopuksi tässä luvussa tarkastellaan syksyllä 2013 julkaistua uutta Intranetiä siitä näkökulmasta miten suunniteltuja ominaisuuksia on saatu julkaistua. Tehdystä julkaisusta tehdään myös tilannearvio, josta selviää muun muassa se, miten uudistuksen tulos soveltuu Descomin Intranetiksi.

4.1 Työtä tukeva ja tehostava etusivu

Nykyisen etusivun sisältämät neljä kaistaletta ja haku toimivat yrityksen sisäisten tapahtumien tiedottamisessa, mutta tarvekartoituksessa (kohta 3.1) esiteltuihin tarpeisiin vastaaminen vaatii etusivun kehitystä. Myös yritysilmä on muuttunut, joten uusi Intranet kaipaa päivitystä myös ulkoasun osalta.

Etusivun seuraavassa versiossa on tarkoituksena keskittyä palvelemaan itse työn tekemistä. Tarkoitus on muodostaa useita työskentely-ympäristöjä, joissa ihmiset tekevät töitä. Esimerkki kahdesta työskentely-ympäristöstä ovat ohjelmistokehitys ja myynti. Näitä varten kehitetään kaksi näkymää, joiden sisältöä ja tarkoitusta tarkastellaan alakohdissa 4.1.1 ja 4.1.2. Lisäksi käsiteltävänä asiana on tavoite lisätä Descomin sisällä tietoisuutta Descomin ulkoisesta näkyvyydestä, josta lisää alakohdassa 4.1.3.

4.1.1 Kysymys- ja vastauspalsta

Ohjelmointityöskentelyn vuorovaikutusta varten suunniteltiin kysymys- ja vastauspalsta käyttämällä avoimeen lähdekoodiin perustuvaa alustaa. Palstalla Descomin työntekijät voisivat esittää työtehtäviin liittyviä ongelmia ja toisaalta tarjota vastauksia toistensa ongelmiin. Ongelmanratkaisijoille annetaan alustassa pisteitä minkä toivotaan motivoi-

van antamaan neuvoja palstalla. Pisteitä voitaisiin myöhemmin käyttää esimerkiksi aktiivikäyttäjien palkitsemiseen.

Haastattelun mukaan kysymys- ja vastauspalstan hyvän vastaanoton myötä ohjelmistokehitystyö olisi tehokkaampaa ja suoraviivaisempaa. Piilovaikutus voi myös olla läpinäkyvyyden lisääntyminen, esimerkiksi mikäli samat asiat ovat kysytyjen joukossa kuukausia, voidaan tunnistaa henkilöstön koulutustarpeita. [17]

Alustan haasteena puolestaan on kilpaileminen vastaavien maailmanlaajuisten alustojen kanssa työntekijöiden huomiosta. Toisaalta Descomin ohjelmistokehitysongelmat liittyvät usein IBM:n teknologioihin tai tiettyyn asiakasympäristöön. Näistä etenkin jälkimmäiseen kykenee vastaamaan luotettavasti vain joko asiakas itse, tai Descomin työntekijä jolle kyseisessä ympäristössä toimiminen on tuttua.

4.1.2 Myynnin työpöytä

Myyntityön ja asiakasrajapinnassa työskentelyn toimintaa tehostetaan tuomalla tapahtumat kaikkien tietoisuuteen "Sales dashboard" -nimisellä Intranet-sivulla. Sivulta käy ilmi mihin yrityksiin ja minne toimialoille myyntiä tehdään ja mitä myyntikohteita on tulossa. Tarkoitus on tällä tavoin lisätä ymmärrystä asiakasrajapinnasta sekä tehostaa työskentelyä. [17]

Myynnin työpöydän jakelu voi tapahtua niin Intranetin kuin erillisen Info-TV:n välityksellä. Työpöydän sisältö on saatava selkokieleiseksi, jotta myös myyntikoulutuksettomat henkilöstön jäsenet saavat käsityksen yrityksen myynnin tilasta.

Eri graafeja, joita on esitetty näytettäväksi, ovat esimerkiksi voitettut ja hävityt tarjouskilpailut, sekä eri tarjoukset ja vireillä olevat projektit vaiheiden mukaan järjestettynä. Vaiheiden perusteella henkilöstö voisi katsoa millaisia projekteja on mahdollisesti lähemässä toteutukseen lähiaikoina.

Tiedon lähteenä toimisi myynnin käyttämä Salesforce -järjestelmä. Se tarjoaa jo valmiiksi paljon erilaisia graafeja sekä tunnuslukuja, mutta niiden toisintaminen Intranetissa parhaalla mahdollisella tavalla vaatii sekä suunnittelu- että toteutustyötä. Esimerkkinä Salesforce-näkymästä löytyvistä komponenteista toimii Info-TV:lle tuotetut näkymät voitetuista ja hävityistä asiakkuuksista, josta otettu ruudunkaappaus on esillä kuvassa 4.1. Toinen esimerkki on niin ikään Info-TV:lle tuotettu näkymä seuraavan 30 päivän sisällä sulkeutuvista uusista projekteista, josta otettu ruudunkaappaus on esillä kuvassa 4.2.



Kuva 4.1 SalesForce-näkymä Info-TV:ssä.



Kuva 4.2 SalesForce-näkymä Info-TV:ssä.

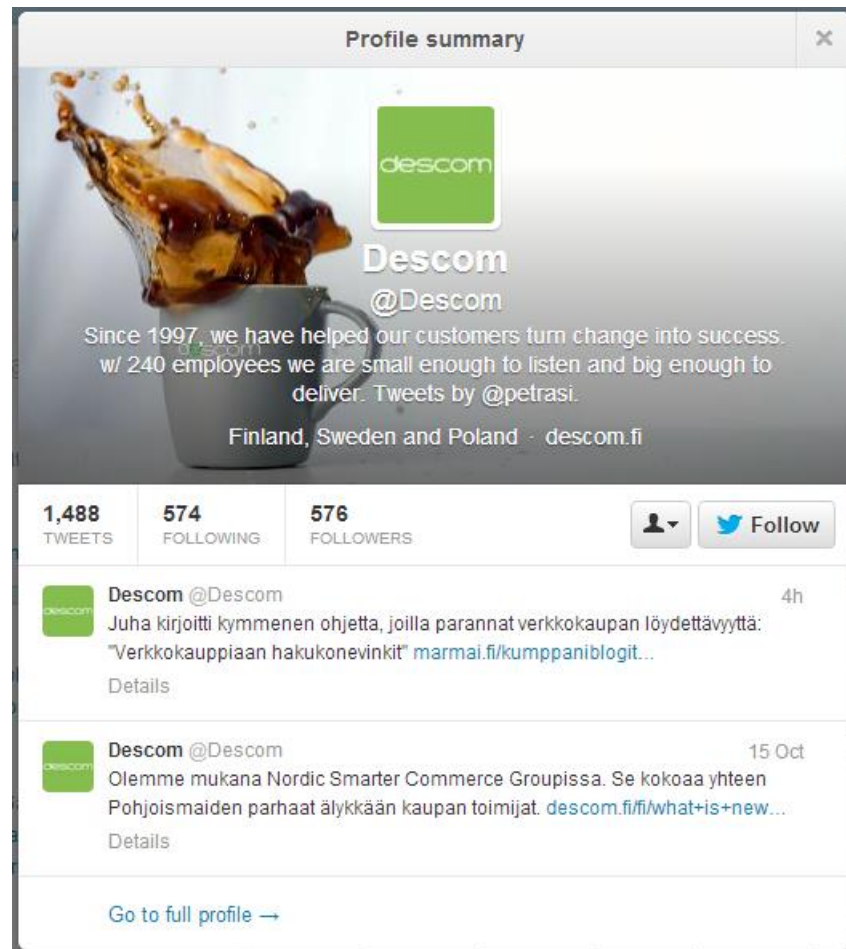
4.1.3 Descom sosiaalisessa mediassa -sivu

Kolmas näkymä on Some-sivu, eli sosiaalisen median näkymä. Työntekijöillä on haastattelun perusteella "paljon yhteyksiä ulkomaailmaan" [17] ja Descom puolestaan on myös näkyvillä monessa sosiaalisen median verkkopalvelussa oman profiilinsa kautta [9] [11] [10]. Esimerkkinä Descomin näkyvyydestä on ruudunkaappauksessa 4.3 näkyvä Descomin Twitter-tili.

Sosiaalisen median näkymä auttaisi siihen, että Descomin sisällä tiedettäisiin paremmin mitä yritys viestii eri medioissa. Esimerkiksi Facebook-, Twitter- ja erilaiset verkkoloki-julkaisut koottaisiin yhteen näkymään, josta työntekijät voivat helposti nähdä mitä tapahtuu ja halutessaan käydä ottamassa osaa keskusteluihin Intranetin ulkopuolella.

Descomin työntekijöitä osallistuu ulkoiseen viestintään luomalla, kommentoimalla ja tuottamalla sisältöä sosiaalisiin medioihin kuten Twitter ja Facebook, sekä asiantuntijoiden tekstejä julkaiseviin verkkolokeihin, kuten esimerkiksi Markkinointi & Mainonta

-lehden verkkosivuilla julkaistava kumppaniverkkoloki [19]. Työntekijöiden osallistumista keskusteluihin kannustetaan ja täten on hyvä olla olemassa erikseen ulkoiselle viestinnälle omistettu näkymä.



Kuva 4.3 Ruudunkaappaus Descomin Twitter-profiilista.

4.1.4 Yhteenveto

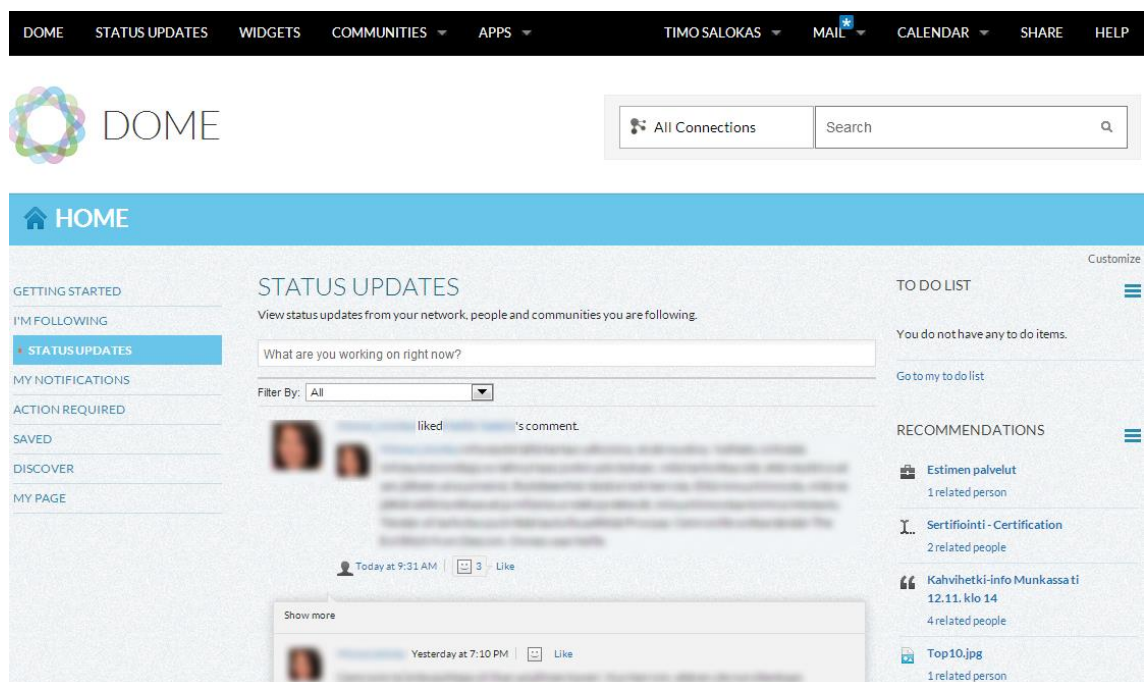
Eri näkymien on tarkoitus auttaa työnteossa, lisätä sisäistä tietoisuutta yrityksestä ja aktivoida osallistumaan keskusteluihin Descomin sisä- ja ulkopuolella. Haastattelun mukaan Descomin johtoryhmän näkökulmasta ainoa tarkoitus on lisätä läpinäkyvyyttä. Descomin osaamisen ja kehittämisen johtajan mukaan myös työtä auttavat ja tehostavat vaikutukset voivat nousta esiin. Seurauksena voisi hänen mielestään olla kehittäjien osaamistason nouseminen heidän pyrkiessä auttamaan toisiaan ongelmien ratkaisuisissa, tai myyjien suoritusten paraneminen kun heidän tulos on näkyvissä koko organisaatiolle. [17]

Edelleen haastattelusta selviää että "kun organisaatiossa on monia älykkäitä ihmisiä miettiä asioita, ei ole syytä pitää niitä vain pienen porukan pohdinnassa" [17], viitaten tavoitteeseen läpinäkyvyyden lisäämisestä muun muassa päätösviestinnässä niin nykyisessä, kuin seuraavassa Intranetin versiossa.

4.2 IBM Connections -alustan versiopäivitys

Yhtenä Descomin sosiaalisen Intranetin puutteena on toimiva haku. Lisäksi erinäisiä korjaustarpeita on ilmaantunut, joihin IBM Connections 3 -versio ei pysty vastaamaan. Tuotteesta on julkaistu versio numero neljä, joka päivittää useita osa-alueita, joilta korjaustarpeita tai puutteita on havaittu.

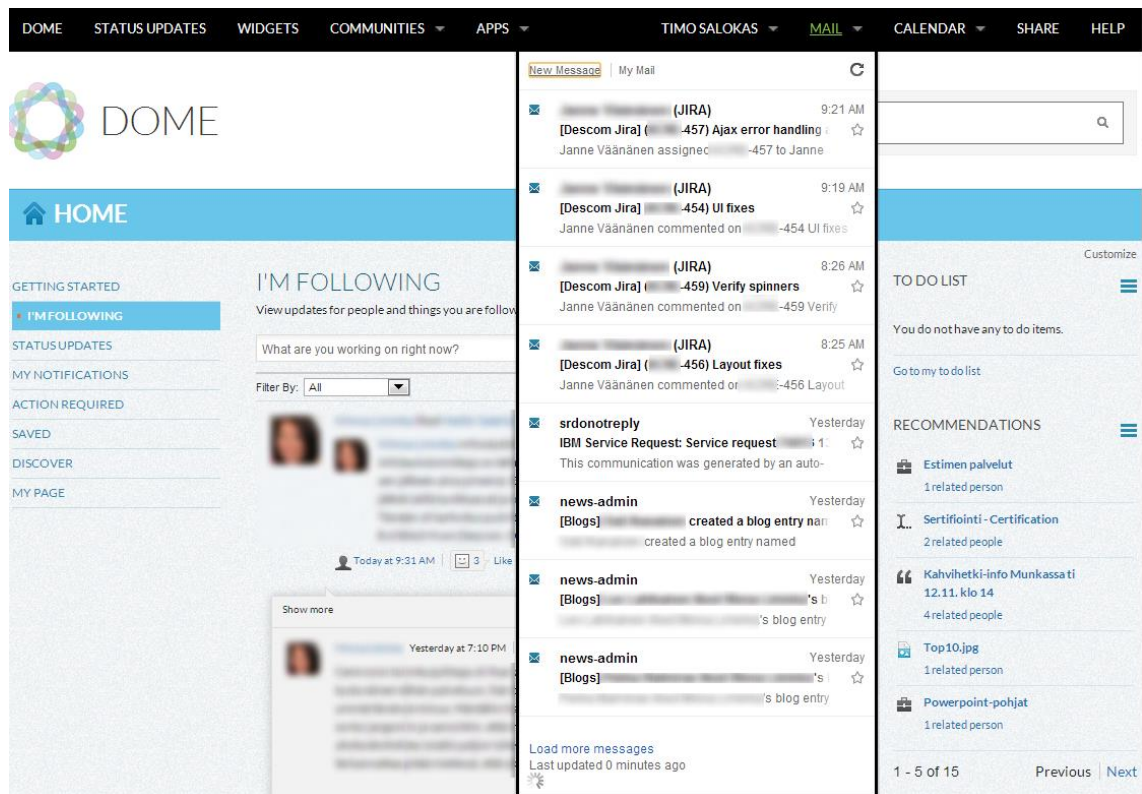
Suurimpina parannuksina uuden version toiminnoista [20] nykyiseen Intranetiin verraten ovat suoraan verkkosivun yläpalkkiin integroitu sähköposti- ja kalenterisovellukset nimeltään Social Mail ja Calendar, sisällön lisätoiminnot, tapahtumakalenteri, sekä kattavampi hakukone. Ruudunkaappaus julkaistun Domen IBM Connections -puolesta on esillä kuvassa 4.4. Seuraavaksi käydään tarkemmin läpi tärkeimmät versiopäivityksen tuomat uudet ominaisuudet.



Kuva 4.4 Domen Connections-puoli versiopäivityksen jälkeen.

4.2.1 Social Mail ja Calendar -sovellukset

Sähköpostin sekä kalenterin tuominen osaksi Intranetin käyttöliittymää edistää Intranetin käyttämistä sähköisenä työpöytänä. Käyttäjä pystyy esimerkiksi lukemaan sähköpostia ilman tarvetta navigoida eri Intranet-sivulle, tai erilliseen työpöytäsovellukseen, vaan kaikki tapahtuu Intranetin yläpalkin kautta. Ruudunkaappaus julkaistun Domen etusivusta, jonka yläpalkista on avattu Social Mail -valikko, on esillä kuvassa 4.5.



Kuva 4.5 Social Mail uuden Domen yläkulmasta avattuna.

4.2.2 Sisällön lisätoiminnot

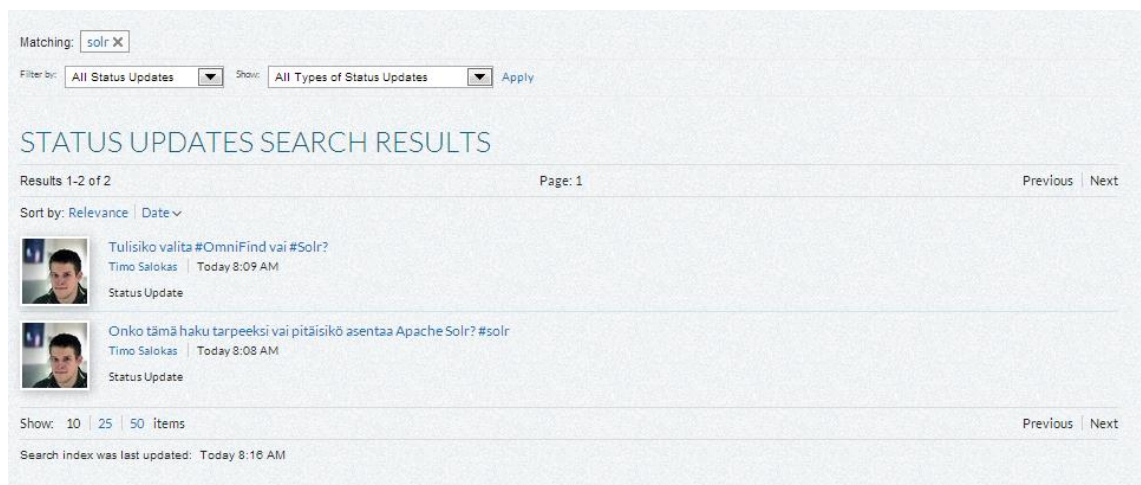
Sisällön lisätoiminnot ovat kasvattaneet suosiota sosiaalisessa median palveluissa. Lisätoimintoja, joihin tässä viitataan, ovat sisällön aiheasanat, käyttäjäviitteet sekä sisältöjulkaisujen positiivinen merkitseminen. Ne ovat myös osa IBM Connectionsin 4 -versiota.

Aihesanoilla käyttäjä voi merkitä tuottamansa sisällön viittaamaan tiettyyn aihepiiriin. Yleinen käytäntö aihesanojen merkitsemiseen on risuaitamerkki sanan edessä. Kirjoittamalla tilapäivityksen ”Tulisiko valita #OmniFind vai #Solr”, käyttäjä voi merkitä kommenttinsa kuuluvan aihepiiriin OmniFind ja Solr. Ruudunkaappaus kuvassa 4.6 on edellä mainitusta tekstistä, joka on julkaistu tilapäivityksenä. Huomioitavaa kuvassa on aihesanojen korostus, jotta käyttäjälle havainnollistetaan niiden olevan linkkejä.

Muut käyttäjät voivat samaa aiheviittausta käyttäen merkitä sisältöään ja seurata samaan aihepiiriin merkattuja päivityksiä valitsemalla minkä tahansa aihesanan. Aihesanalla suoritetaan tämän jälkeen haku, jonka tuloksissa ovat kaikki aihesanan sisältävät sisältöjulkaisut. Ruudunkaappaus kuvassa 4.7 esittää käyttäjän näkemiä hakutuloksia, kun käyttäjä painaa kuvassa 4.6 näkyvää aihesanaa ”#solr”. Aihesana on näkyvillä hakutuloslukemien yläosassa, ja tuloksissa kirjoitetut kaksi tilapäivitystä sisältävät molemmat haettavan aihesanan.



Kuva 4.6 Esimerkki aihe sanojen käytöstä.

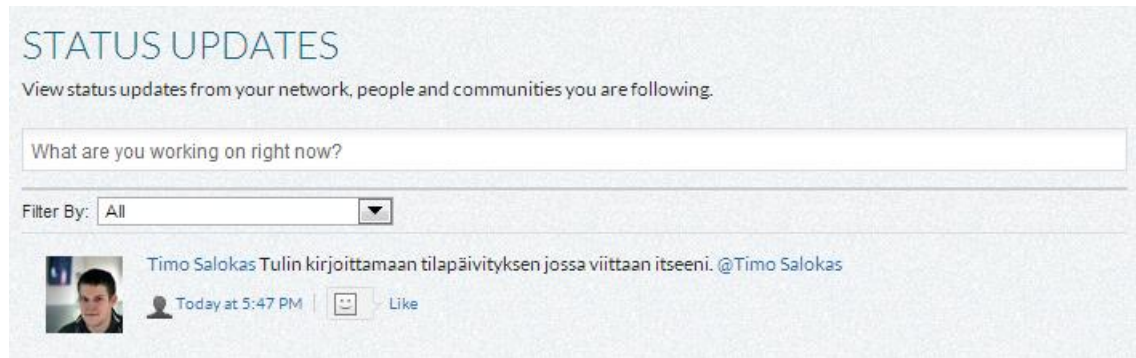


Kuva 4.7 Esimerkki aihe sanojen seuraamisesta.

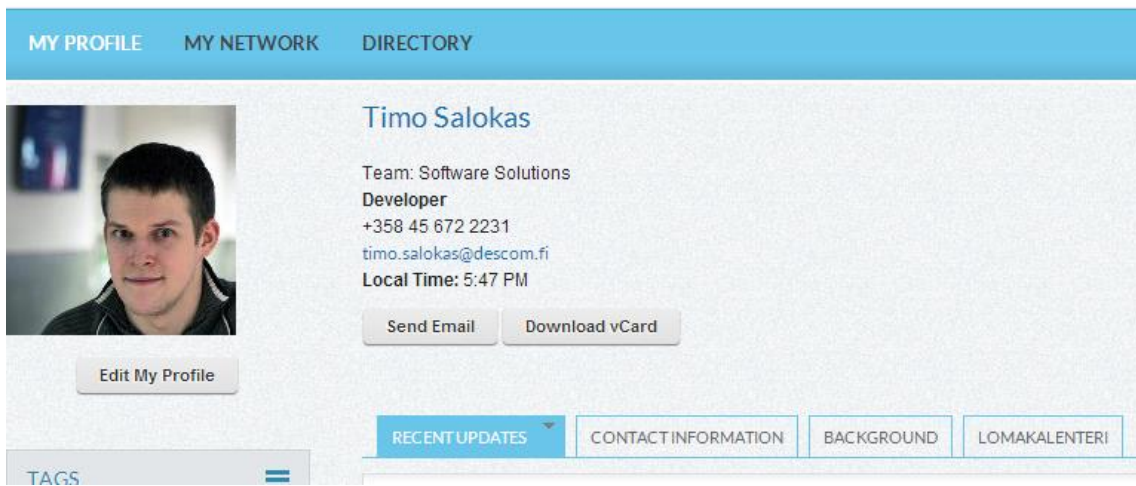
Käyttäjäviitteillä tarkoitetaan muiden käyttäjien mainintaa esimerkiksi tilapäivitysten yhteydessä. Viite asetetaan tilapäivityksen yhteyteen muodossa @käyttäjän nimi. Viitteen sisältävän tilapäivityksen julkaisun jälkeen viitattu käyttäjä saa sähköposti-ilmoituksen asiasta. Toiminnosta on hyötyä pyydetessä apua tai kommenttia toiselta käyttäjältä.

Käyttäjäviitteellä sisällön julkaisija tarjoaa myös lukijoille tietoa viittaamastaan henkilöstä, sillä jokainen käyttäjäviite muodostetaan käyttäjäliittymässä linkiksi käyttäjän profiiliin. Viitteillä on tämän vuoksi kätevä myös vihjata muita käyttäjiä olemaan yhteydessä viitattuun käyttäjään. Ruudunkaappaus tilapäivityksestä, johon on lisätty käyttäjäviite, on esitetty kuvassa 4.8.

Käyttäjäviite näkyy käyttäjille tekstilinkkinä. Linkkiä painamalla käyttäjä voi avata viitatusen käyttäjän profiilisivun. Esimerkki profiilisivusta on esillä kuvan 4.9 ruudunkaappauksessa.



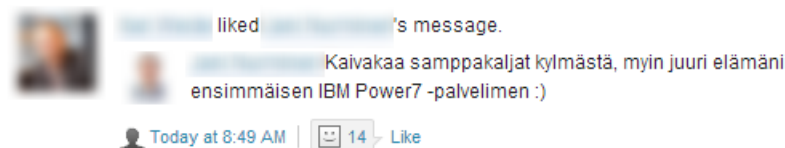
Kuva 4.8 Tilapäivitys johon on lisätty käyttäjäviite.



Kuva 4.9 Käyttäjäprofiilin yläosa IBM Connectionsissa.

Aikaisemmin käytössä olleessa IBM Connections 3 -versiossa käyttäjäviitetoiminto otettiin käyttöön jälkikäteen julkaistun lisäosan avulla. Sen toiminta on kuitenkin neljännessä versiossa vakaantunut ja siten myös parantunut.

Sisältöjulkaisujen positiivinen merkitseminen tunnetaan tavallisimmin ”tykkäämisenä”. Sen avulla käyttäjä voi helposti ja nopeasti ilmaista tyytyväisyytensä sisältöön, ja toisaalta nähdä mikä sisältö on ollut suosituinta muiden mielestä. Sisällön julkaisija voi toiminnon avulla saada nopeaa positiivista palautetta esimerkiksi verkkolokikirjoituksesta tai ehdotuksesta, kuten kuvassa 4.10.



Kuva 4.10 Tilapäivitys, joka on kerännyt positiivista vastakaikua käyttäjiltä. Esimerkin tilapäivityksestä on ”tykännyt” 14 käyttäjää.

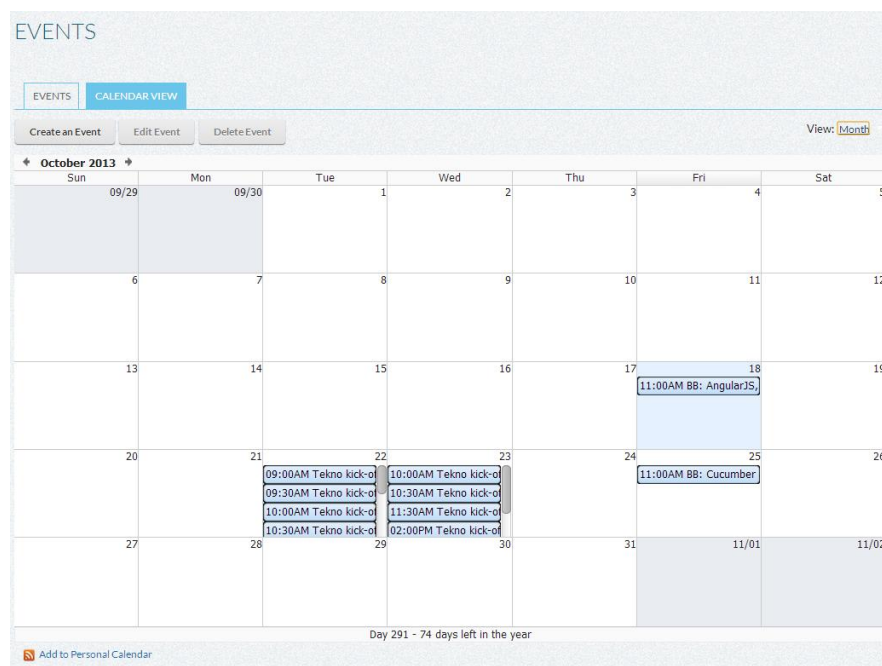
Osalle sisältöjulkaisuista pystyi aikaisemmin käytössä olleessa versiossa antamaan täh-
timerkintöjä. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista tilapäivitysten yhteydessä, mikä kat-
sottiin tärkeäksi sillä vuorovaikutusta käyttäjien kesken haluttiin lisätä [17]. Tuotteen
osalta toiminta on muuttunut siten, että suosittelut on korvattu tykkäyksillä kaikissa
tuotteen toiminnoissa.

4.2.3 Tapahtumakalenteri

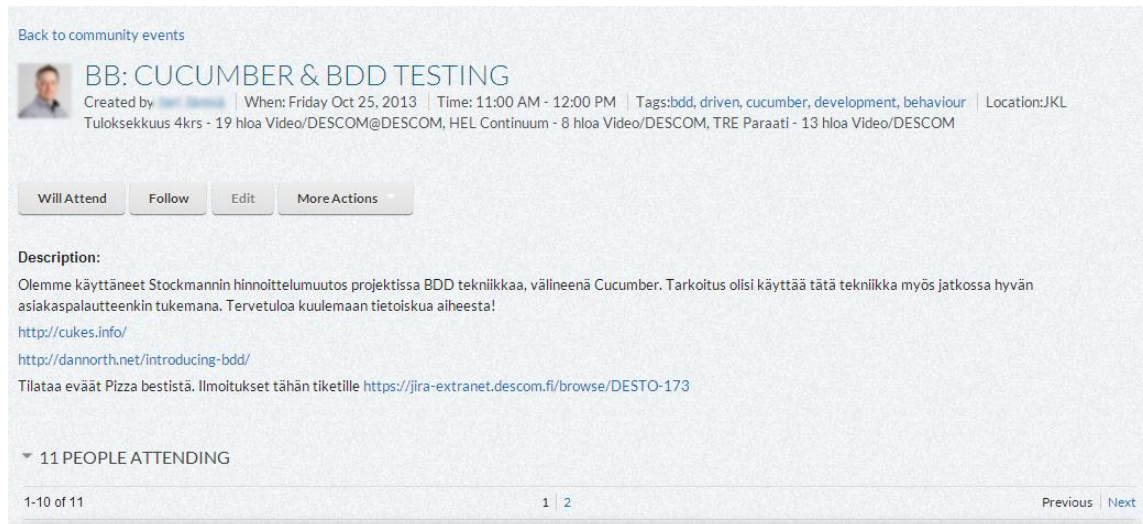
Koulutuksia Descomilla järjestetään pääasiassa Brown Bag -muotoisina. Niissä joku
aiheeseen perehtynyt työntekijä esittelee aiheen muille yleensä tunnin mittaisessa vi-
deoneuvottelun avulla eri toimistoille jaetussa tilaisuudessa.

Tilaisuuksien järjestämisessä hyödynnettiin IBM Connections 3 -version aktiviteetti-
toimintoa, mutta sen käytössä koettiin ongelmia. Ongelmat liittyivät ihmisten ilmoittau-
tumiseen, joka tapahtui käytännössä jättämällä aktiviteetin yhteyteen kommentti, sekä
aktiviteettien tuottaminen kalenterimerkinnöiksi, mikä ei ollut mahdollista suoraan tuot-
teesta.

Uudessa Connections-versiossa on mukana Events-niminen tapahtumakalenteri, joka on
suunniteltu nimen omaan yhteisöjen yhteisten tapahtumien suunnitteluun ja hallintaan.
Kalenteri on sijoitettu Descom Akademia -nimiseen Connections-yhteisöön ja sen avulla
tarjottavat koulutukset voi nähdä yksinkertaisemmasta kalenterinäköymästä, josta otettu
ruudunkaappaus on esillä kuvassa 4.11, tai listana. Tapahtumiin on myös helppo ilmoit-
tautua kuvassa 4.12 esitetyn tapahtumanäkymän kautta ja ladata tapahtumat omaan ka-
lenteriin.



Kuva 4.11 Koulutuskalenterin kalenterinäköymä.



Kuva 4.12 Koulutuskalenterin tapahtumanäkymä.

4.2.4 Uusittu hakukone

Hakukoneen uuden version on toivottu parantavan hakutulosten laatua sekä kattavuutta. Laadun parannuksella tarkoitetaan hakutulosten ja hakusanan vastaavuutta, joka on ollut Domen yksi ongelmakohta (alakohta 3.3.2).

Kattavuudella puolestaan tarkoitetaan hakuindeksin laajentamista myös tilapäivityksiin. Tilapäivitysten sisältämän tiedon arvo on tunnistettavissa suoraan, sillä Descomilla henkilöstö hakee vertaistukea ongelmatilanteisiin niiden avulla. Tärkeää on täten että ratkaisut on mahdollista löytää myös jälkikäteen.

4.3 Toteutunut julkaisu

Edellä kuvatusta Intranetin seuraavasta versiosta luotiin uudistusprojekti vuoden 2012 loppupuolella. Uudistusprojekti kärsi resurssipulasta henkilöstön tehtävien vaihdon johdosta sekä asiakastyön painotuksesta johtuen. Uudistusprojektin sisältöä karsittiin projektin aikana, ja tuloksena julkaistiin 30. elokuuta 2013 uusi versio Domesta.

Julkaisun on tarkoitus olla välietappi, johon on otettu mukaan osa aiemmin tässä luvussa kuvattuja ominaisuuksia ja parannuksia. Seuraavissa alakohdissa esitetään mitä ominaisuuksista on saatu 30. elokuuta tapahtuneeseen julkaisuun mukaan, ja mitä on jouduttu karsimaan pois. Käsittely tehdään vertaamalla toteutunutta julkaisua tarvekartoituksessa mainittuihin tarpeisiin ja arvioimalla Intranetin tilanne julkaisun jälkeen etusivun ja Connectionsin osalta.

4.3.1 Etusivun muutokset

Kohdassa 4.1 esitetty työtä tukeva ja tehostava etusivu ei päässyt mukaan uudistukseen resurssipulan vuoksi. Sen sijaan olemassa olevaa, kohdassa 3.4 kuvailtua yhteistä etusi-

vua selkeytettiin poistamalla kaikkea sisältöä seuraava sisällönpäivityskaistale (alakohta 3.4.2).

Tilapäivityskaistale (alakohta 3.4.3) korvattiin IBM:n kehittämällä portaalisovelmalla, joka on yhteensopiva IBM Connections 4 -version kanssa. Kaistaleessa näkyy useat Connectionsin tapahtumat, ja kaistaleta voi joka käyttäjä mukauttaa itselleen sopivaksi suodattamalla esitettäväksi vain esimerkiksi uusimmat tilapäivitykset tai verkkolokijulkaisut.

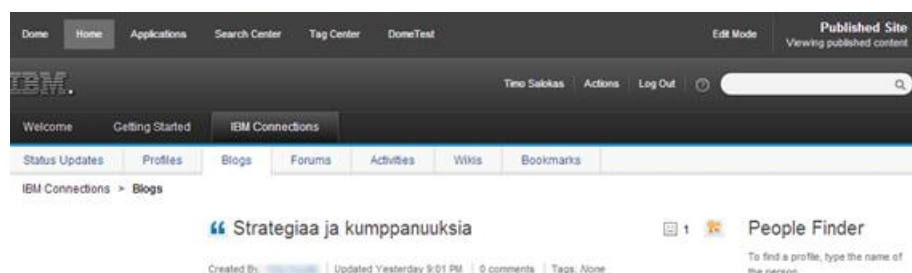
4.3.2 IBM Connectionsin muutokset

Kohdassa 4.2 esitetty IBM Connections -tuotteen versiopäivitys voidaan nähdä suurimpana toteutuneena uudistuksena tehdyn julkaisun osalta. Uudistuksen myötä Domeen on saatu lisättyä suunniteltuja toimintoja ja lähtökohdat uuteen versionostoon ovat paremmat, kuin siinä tapauksessa että versiopäivityksestä olisi jouduttu luopumaan.

Social Mail ja Calendar -sovellukset (alakohta 4.2.1) on versiopäivityksen yhteydessä saatu otettua käyttöön, mutta vain Domen Connections-puolella. Etusivulle niitä ei ole toistaiseksi saatu tuotua, IBM Portal -tuotteen kanssa havaittujen teknisten yhteensopivuusongelmien vuoksi. Sovellusten toiminnassa ja käytössä ei ole toistaiseksi kuitenkaan havaittu ongelmia.

Sisällön lisätoiminnot (alakohta 4.2.2) sekä tapahtumakalenteri (alakohta 4.2.3) toimivat suunnitellun mukaisesti ja ovat aktiivisessa käytössä. Lisätoiminnot toimivat Domen Connections-puolen lisäksi etusivun tilapäivityskaistaleessa. Käytössä on havaittu häiriöitä linkkien avautumisen suhteen. Linkit Connectionsin sisältöön avautuvat IBM Portalin luomaan näkymään, mikä ei sisällä Connectionsin ulkoasumuutoksia, eikä osaa Connectionsin tarjoamista toiminnoista. Ruudunkaappaus tilapäivityskaistaleesta aukaistusta verkkolokista on esillä kuvassa 4.13.

Uuden hakukoneversion (alakohta 4.2.4) myötä hakutulokset ovat vaikuttaneet osuvammilta ja sisällön hakeminen onnistuu entistä paremmin tilapäivitysten ja aihesanojen ollessa osa hakuindeksiä.



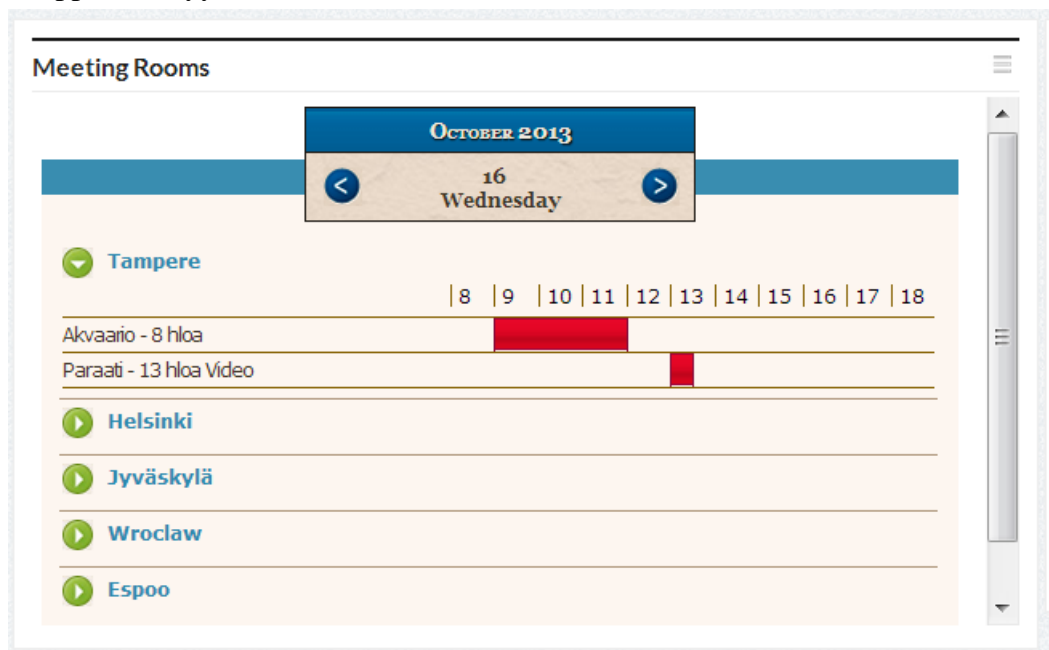
Kuva 4.13 Verkkoloki avattuna etusivun portaalisovelman linkistä.

4.4 Tilannearvio

Tehdyssä julkaisussa pääpaino oli versionostossa, mutta jo sillä onnistuttiin parantamaan käyttökokemusta. Uusi haastattelu Descomin osaamisen ja kehittymisen johtaja Outi Ihanainen-Rokion kanssa toteutettiin sähköpostitse 11.10.2013, kun aikaa julkaisusta oli ehtinyt kulua yli kuukausi ja tilanne selkeytyä. Seuraava tilannearvio perustuu suoritettuun haastatteluun [21].

Kysymykseen erityisen hyödyllisistä uudistuksen tuomista ominaisuuksista haastateltava vastaa ”Parempi ja monipuolisempi kommentointi, on selvästi enemmän sosiaalista kanssakäyntiä. Myös tykkää-nappi, jota pitkään toivottiin, on mukana ja sitä käytetään paljon. Maili ja kalenteri ovat plussaa käyttäjille myös”. Tästä vastauksesta käy ilmi että sisällön kommentointi on lisääntynyt sisällön lisätoimintojen (alakohta 4.2.2) käyttöön-oton myötä.

Versiopäivityksen lisäksi haastattelussa todetaan ulkoasun olevan nyt enemmän Descomin värinen, mukaan lukien uusi logo, sekä ”lisäksi nyt päästään tekemään ja jo tehtykin erilaisia Notes + Connections -integrointeja”. Esimerkki tällaisesta integroinnista on pienoisohjelma neuvotteluhuoneiden varaustilanteen tarkistamiseen, josta otettu ruudunkaappaus näkyy kuvassa 4.14.



Kuva 4.14 Esimerkki Connectionsin ja Notesin integraatiosta.

Haastattelussa kysyttiin myös haastateltavan mielipidettä siihen, onko Domen nykytilanne sopiva toimimaan Descomin Intranetinä. Haastateltava vastaa ”On ja ei”, perustellen että käyttökokemusta ja tiedon löytymistä tulee vielä parantaa. Haastateltavan mielestä etenkin tiedon löytymisen tarve kasvaa koko ajan Intranetin käyttäjämäärän kasvaessa. Kasvamisella viitataan haastatteluhetkellä viimeisimpään yrityskauppaan, jossa

Estime Oy tuli osaksi Descomia, ja täten Intranetin käyttäjämäärä kasvoi Estimen henkilöstön verran.

Haastattelussa käsitellään myös hakua: ”Haku pitää ehdottomasti saada paremmaksi.” Se on haastattelun perusteella loppukäyttäjälle tärkein ”vielä huonolla tolalla oleva asia”. Haastateltava toivoisi haun parantamisen etenevän vielä syksyllä, mutta toteaa Domen kehitykseen käytössä olevien resurssien olevan juuri nyt vähäisemmät kuin koskaan aiemmin.

Toisaalta haastateltava toi esille sen, että Domea pystyy nykytilassaankin käyttämään. Domesta löytyy kaikki vanhan version sisältämät tiedot ja henkilöstö käyttää Domea työpäiviensä aikana kuten ennenkin. ”Periaatteessa siis riittäisi jos Descom ei kehittyisi yhtään mihinkään. Näinhän ei kuitenkaan ole”.

Kysyttäessä johdon näkemystä Domen kehitykseen ja nykytilaan, haastateltava vastaa: ”Haun kehittämisen tärkeys on indikoitu juuri nyt. Johto on toisaalta yksi käyttäjäryhmä sekä se joka päättää kehitysbudjetista”. Haastattelun perusteella voidaan todeta että Domea voidaan käyttää nykytilassaan Intranetinä, mutta kehitettävää on vielä tulevaisuutta ajatellen ja tahtotila kehityksen jatkamiselle on olemassa.

5 DOMEN KEHITYKSEN TULEVAISUUS

Sisäisten työkalujen kuten Intranetin kehitys on Descomille tärkeä tapa saada organisaation tietopääomaa kasvatettua ja levitettyä asiantuntijoiden kesken. Sisäisen kehityksen resursoinnista sen sijaan haastavaa tekee asiantuntijoiden asiakastyötilanteiden vaihtelevuus.

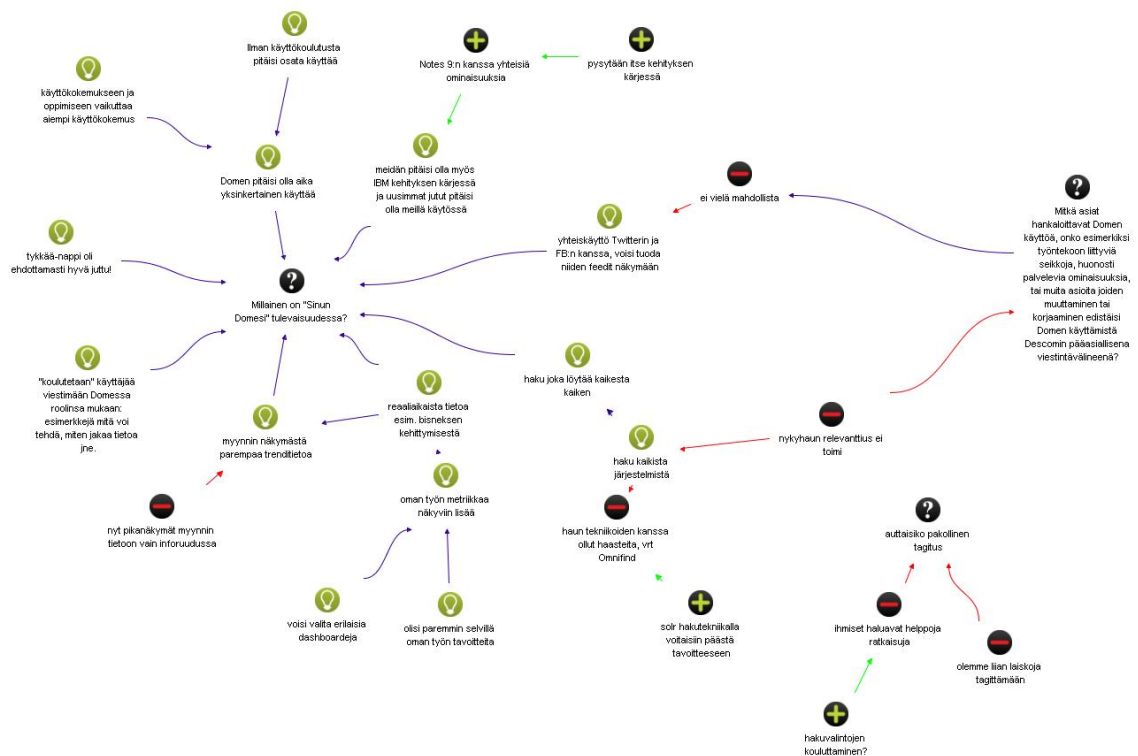
Käytettävissä olevien henkilöstöresurssien vuoksi kehitystyö käynnistyy vasta vuoden 2014 puolella. Kehityksen tavoitteita ja toimintamallia on kuitenkin jo suunniteltu. Jatkokehityskohteiden kartoittamista varten Descomilla toteutettiin 6.11.2013 valikoidun pienryhmän kesken kehityskeskustelu Domen tulevaisuudesta [22]. Tässä luvussa esitellään karkealla tasolla kehitystyön tunnistetut haasteet, uuden kehitysmallin ajatus, sekä kehityskeskustelussa esiin tulleet kehityskohteet.

5.1 Mahdolliset suuntaviivat

Haastattelussa [21] Descomin osaamisen ja kehittymisen johtajalta kysyttiin onko kehityssuunnitelmaa tarvetta muuttaa. Haastateltavan mielestä suunnitelma on yhä hyvä, ja esimerkiksi sähköiset työpöydät ovat haastattelun mukaan varmasti tulossa. Se, mikä on yhä päättämättä, on toteutustapa ja -aika. Tunnettuja ongelmia on yhä jäljellä. Tulevaisuudessa toteutettavia uusia ominaisuuksia on muun muassa nykyisen version määrittelyvaiheessa suunniteltu työtä tukeva ja tehostava etusivu (kohta 4.1).

Domen kehittymistä käsiteltiin myös ryhmäkeskustelussa [22], jossa nousi esille muutamia tärkeäksi koettuja kehityksen kohteita, joista osa viittaa jo olemassa oleviin suunnitelmiin. Keskusteluun otti osaa Descomin osaamisen ja kehittämisen johtaja, Domen käyttäjiä, Domen kehittäjiä, sekä Domeen liittyviä opinnäytetöitä tekeviä opiskelijoita. Keskustelun dokumentointi tapahtui Dialogue Mapping -mallia noudattaen. Dokumentti on esillä kuvassa 5.1.

Seuraavissa alakohdissa käytetään pohjana ryhmäkeskustelussa esiintyneitä mielipiteitä kehityksen tarpeista. Keskustelusta on otettu käsiteltäväksi kehityksen tulevaisuuden kannalta havaitut pääkohdat.



Kuva 5.1 Dialogue Map -dokumentaatio aiheesta Domen tulevaisuus [22].

5.1.1 Yksinkertaisempi käyttöliittymä

Domen sosiaalisen Intranetin moottori IBM Connections sisältää monta toimintoa ja ominaisuutta, jotka on upotettu osaksi käyttöliittymää. Esimerkiksi tapahtumasyötteitä on kahdenlaisia – heidän syötteitä joita seuraat, sekä yleinen kaikkien käyttäjien syöte.

Ryhmäkeskustelussa tuli ilmi mielipide, että verkostokutsuja tulee sekä tehtyä että huomattua vähemmän sisäisessä sosiaalisen median palvelussa, kuin esimerkiksi LinkedIn-palvelussa. Yksinkertaisemman käyttöliittymän puolesta tuli esiin mielipide, että käytön tulisi sujua hyvin myös ilman erillistä koulutusta. Vaikeuksia havaittiin muun muassa wiki-sivujen tehokkaassa käytössä. [22]

Yksinkertaisemman käyttöliittymän aikaansaamiseksi ehdotettiin tapahtumasyötteiden suodattimien piilottamista. Piilotus heikentäisi suodatustoimintojen käyttömahdollisuuksia, mutta toisaalta sisältöä ei tule mahdollottoman paljon vaikka käyttäjä näkisi myös niiden henkilöiden päivityksiä, joita hän ei ole erikseen määrittänyt seuraavansa.

5.1.2 Haun uudistaminen

Domen kehityksen alkuaajoista lähtien tiedon hakeminen on ollut yksi suurimpia tunnistettuja kehityksen kohteita. 30. elokuuta tehty julkaisu pyrki parantamaan tilannetta uuden Connection 4 -tuotteen päivittyneen hakusovelluksen myötä.

Ryhmäkeskustelussa haku nousi puheenaiheeksi arvioitaessa nykyisen Domen kehityskohteita. Haun tulosten koettiin parantuneen, mutta hakutuloksien relevanssi koettiin yhä ongelmaksi, samoin hakutyökalun käyttöliittymä sekä se, että hakuindeksi sisältää vain Connectionsin tietueita. Käyttöliittymä oli keskustelussa nousseiden mielipiteiden mukaan turhan sekava monine valintavaihtoehtoineen, mikä viittaa samaan yksinkertaistamisen tarpeeseen kuin aiemmin esitelty kehityksen kohde. [22]

Ratkaisuksi keskustelussa esitettiin Connectionsin haun korvaamista uudella, Apache Solr -hakumootoriin pohjautuvalla toteutuksella. Descomilla on asiakasprojekteista kokemusta Solr-teknologiasta, mikä helpottaa kehitystyötä. Siirtyminen ei kuitenkaan ole nopea toimenpide, sillä Solr itsessään ei sisällä indeksoijaa.

Indeksoijan suunnittelu ja toteutus alusta asti tuo toisaalta mahdollisuuden lisätä mitä tahansa järjestelmiä indeksoinnin piiriin. Tämän lisäksi tulee tehdä käyttöliittymä, jonka kautta käyttäjät voivat tehdä Solrin hakuindeksiin kyselyitä ja nähdä hakutuloksia.

Tämän sovelluksen tekeminen mahdollistaa juuri Descomin tarpeita parhaiten palvelevan hakusovelluksen luomisen. Indeksioijan sekä hakusovelluksen toteutus kartuttaa Descomin sisäistä tietotaitoa hakuun liittyvässä teknologiassa, ja palvelee täten myös tulevaisuuden asiakasprojekteja.

5.1.3 Viimeisimpien työkalujen käyttäminen

Ryhmäkeskustelussa tuotiin esille mielipide, joka on havaittu myös Domen käyttäjien ja kehittäjien aiemmissa keskusteluissa. Tämän mielipiteen mukaan voisi olla yrityksen etujen mukaista mikäli Domessa ja sisäisissä tietopalveluissa yleisesti pyritäisiin aktiivisesti käyttämään aina viimeisintä versiota eri tuotteista. [22]

Viimeisimpien versioiden käyttämisellä olisi kolmenlaisia hyötyjä. Ensimmäisenä asiakkaille olisi helpompi tarjota samoja tuotteita, joista Descomilla on sisäisesti käytössä. Toiseksi asiakasprojektien vaatima tietotaito suunnittelu- ja toteutusvaiheissa olisi vahvempaa kun päivitysprojekti olisi jo kertaalleen tehtynä Descomin omaan ympäristöön. Kolmanneksi henkilöstöllä olisi aina käytettävissään viimeisintä teknologiaa oleva työympäristö, jolloin uusien ominaisuuksien tuoma hyöty saataisiin sisäisesti hyötykäyttöön.

Domen kannalta viimeisimpien työkalujen käyttäminen tarkoittaisi käytettävien IBM Portal ja IBM Connections -versioiden päivitystä aina uuden version tullessa. Haittapuolia tästä olisi asennusten vaatimien kehittäjien ja asentajien resursointi tehtävää varten, ja uusien versioiden epävakauksien haittavaikutukset Descomin sisäistä viestintää kohtaan.

Descomin on hyvä tuntee mahdollisimman hyvin tuotteet, joita asiakkaille tarjotaan. Tuntemus syntyy joko ulkopuolisen materiaalin tai sisäisen tutustumisen kautta, ja yksi mahdollisuus kokemusten kasvattamiseen olisi käyttää työkaluja itse. Tämän vuoksi mielipide viimeisimpien työkalujen käyttöönotosta on asia mitä sisäisen kehityksen suuntaviivoja määriteltäessä on hyvä ottaa huomioon.

5.2 Kehittymisen hallinta

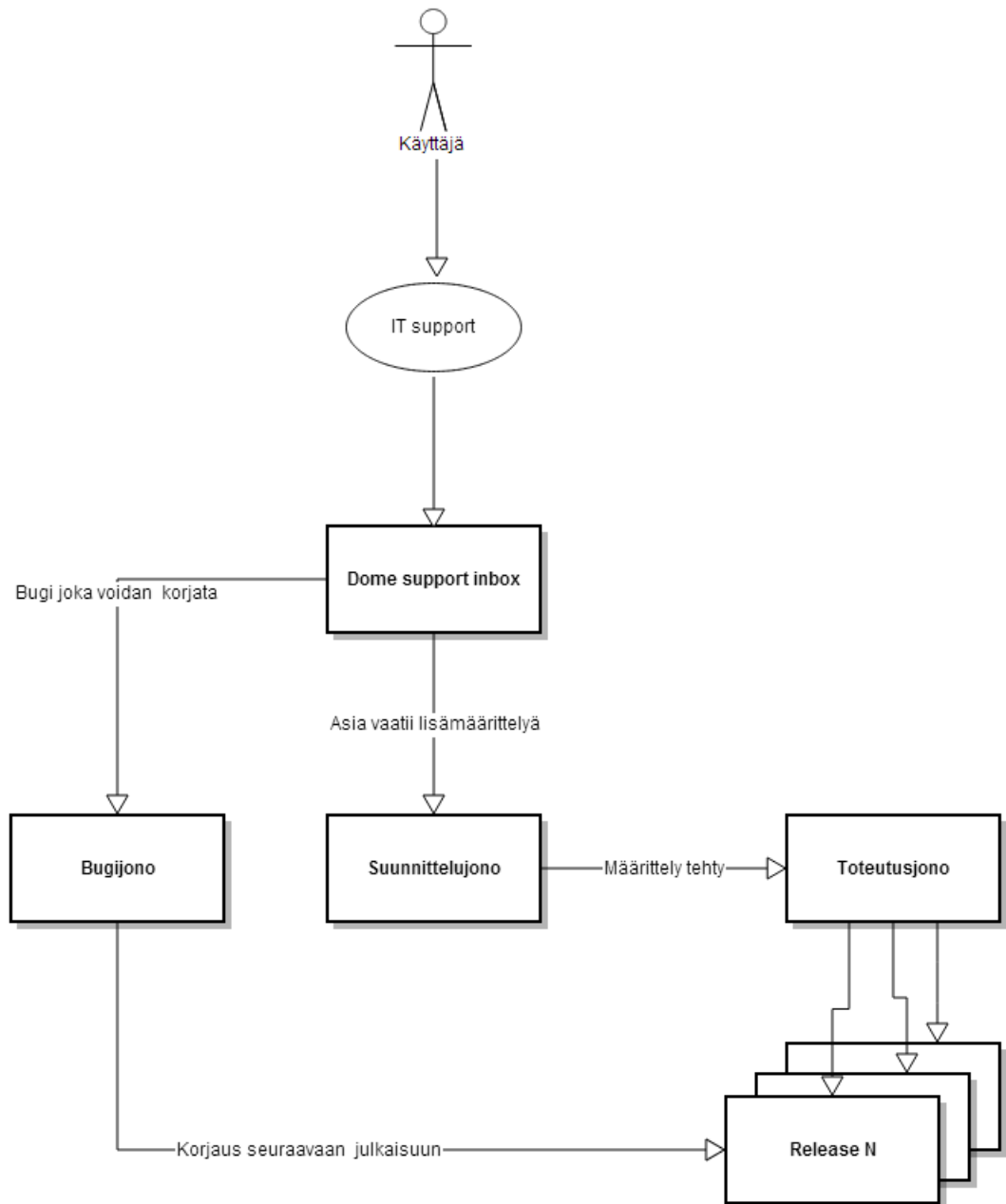
Sisäistä kehitystä on tehty projektimuotoisesti Domen eri vaiheissa. Projektimuotoinen tuottaminen on ollut luonteva tapa Descomille, sillä monet asiakasprojektit on toteutettu samankaltaisesti.

Kehityksen haasteista etenkin resursoinnin osalta on kertynyt kokemusta koko projektin ajalta, ja haastateltava onkin tuonut esiin tarpeen kehitysmallin muutokselle. Uudeksi malliksi tulee 1.1.2014 alkaen niin kutsuttu jatkuvan palvelun malli, jossa Domelle osoitetaan oma palvelupäällikkö, sekä määritetyin aikavälein tapahtuvat julkaisuajan-kohdat. [21]

Julkaisun sisältö kiinnitetään ajoissa, ja vain kiinnitetty sisältö tehdään kehitykseen käytettävänä aikana. Myös resurssipäätökset rytmitetään julkaisujen kanssa siten, että teki-jöitä olisi kiinnitetty aina tarpeellinen määrä. [21]

Jatkuvan palvelun mallin käyttöönotto nousee suureksi uudistukseksi kehityksen osalta, siinä tarkoituksena on haastattelun perusteella harjoitella muun muassa tiukempaa ohjausta. ”Johdosta määritetään joko resurssit kehitysjaksolle tai tavoite, joka pitää tuottaa ja sen kustannus lasketaan auki määrittelyssä. Eli yhtä vuosibudjettia ei varmastikaan tule vaan menemme kehityssykleittäin kiinnittäen joko käytettävissä olevat resurssit tai halutun tavoitteen.” [21] Havaintokuva palvelumallissa tapahtuvasta ominaisuuksien ja ohjelmavirheiden eli ”bugien” käsittelystä on esitettyä kuvassa 5.2.

Muutoksien tavoitteena on helpottaa Domen resursointia, mahdollistaa Domen kehittyminen sekä varmistaa havaittujen virheiden korjaaminen aikataulun mukaisesti. Palvelumallin harjoittelu on niin ikään yksi tulevan Domen kehityksen tavoitteista. Sen tarkempi käsittely rajataan tämän työn ulkopuolelle.



Kuva 5.2 Havainnekuva käyttäjien havaitsemien ongelmien ja haluamien ominaisuuksien käsittelystä [23].

6 YHTEENVETO

Tiedon rakenteen puuttuminen havaittiin yhtenä ongelmana Descomin Intranetin siirtyessä sosiaalisen Intranetin mahdollistavaan IBM Connections -tuotteeseen. Tuote haluttiin käyttöön sosiaalisten ominaisuuksien ja käyttökokemuksen vuoksi, ja vasta käyttöönoton jälkeen nousi esiin edellisen, niin kutsutun tavanomaisen Intranetin, hyvä puoli viestinnän rakenteellisuuden kannalta. Siirtyminen onnistui kuitenkin tuomaan paljon vuorovaikutusta ja aktiivisuutta Descomin sisälle, mitkä olivat molemmat määrääviä tarpeita sisäisen viestinnän kokonaisuuden kehittymisessä.

Intranetin jatkokehityksen tavoitteita määriteltäessä otettiin huomioon käyttäjiltä saatu palaute sekä käyttäjien omaksumat käyttötottumukset. Nämä yhdistettiin teknologia-alustan uudessa versiossa havaittuihin mahdollisuuksiin, sekä johtoryhmältä saatuihin ohjeisiin. Kehitystyötä tehtiin pääosin asiakastyön ollessa vähäisempää, minkä vuoksi kehityksessä mukana olleet henkilöt vaihtelivat ja kehitysprojekti venyi kalenteriajallisesti yli odotusten.

Tulevaisuudessa Intranetin käyttäjät olisi hyödyllistä osallistuttaa vielä tiukemmin ominaisuuksien määrittämisvaiheeseen mukaan, jotta tarkat suunnitelmat ja suurimmat kehityskohteet saadaan paremmin määriteltä. Tuloksena johtoryhmälle voidaan esittää syitä toteuttaa tärkeimmiksi määriteltäviä kehitystarpeita.

Kehitystyössä tullaan siirtymään projektimallista jatkuvan palvelun malliin vuonna 2014. Domen kehittämisen uskotaan olevan mallin myötä vakaampaa, ja sen uskotaan vastaavan muuttuviin tarpeisiin nopeammin. Nopeammin kehittyvän Intranetin myötä asiakasrajapintaan voidaan tarjota toimivampi esimerkkipalvelun siitä, millainen sosiaalinen Intranet voi olla ja mitä mahdollisuuksia se tarjoaa. Sisäisen kehityksen ja -käytön johdosta tekninen tietotaito ja organisaatiotason käyttökokemukset ovat niin ikään saatavilla Intranet-projektien myyntivaltteina. Sisäisen osaamisen tasoa voidaan markkinoida käyttämällä toteutettuja sisäisiä työkaluja markkinointivälineenä.

Sosiaaliseen Intranetiin kuuluu myös olennaisesti se, että ihmiset käyttävät sitä sen tarkoituksen mukaisesti. Tämä työ keskittyi käsittelemään sosiaalisen Intranetin teknisiä ominaisuuksia sekä sen tuomia hyötyjä ja haasteita.

Työn lukijalle voi syntyä kuva hyvin suunnitellusta teknisestä alustasta, joka jalkauttaa vuorovaikutuksen sekä muut sosiaalisen Intranetin edut yritykseen kuin yritykseen

suunnittelu- ja asennusprojektin valmistuttua. Näin ei kuitenkaan ole. Ihmiset kaipaavat ohjeistuksen miten toimia uusien työkalujen kanssa, koulutuksen miten tehdä niillä eri asioita, ja ennen kaikkea yrityskulttuurin on sallittava avoin kanssakäyminen työntekijöiden välillä. Ilman näitä, sosiaalinen Intranet päättyy olemaan käyttämätön potentiaali, tai vain rajoitetun ryhmän käyttämä keskustelualusta.

LÄHTEET

- [1] Robertson, J. 2007. Three fundamental purposes of an intranet. [WWW]. Viitattu 10.11.2013. Saatavissa: http://www.steptwo.com.au/files/cmb_threepurposes.pdf.
- [2] Stenmark, D. 2003. Intranet as Formative Context: A Study of an Under-Utilized Corporate Web. [WWW] Viitattu: 10.11.2013. Saatavissa: <http://gup.ub.gu.se/records/fulltext/175785/175785.pdf>.
- [3] Pellegrino, G. 2003. Representations and uses of the intranet: a comparative case study. *Bulletin of Science, Technology & Society* vol. 23 no. 4. SAGE. ss. 281-296.
- [4] Sikorski, M. 2006. Building employer credibility in corporate intranet portals. *Proceedings of the 13th European conference on Cognitive ergonomics: trust and control in complex socio-technical systems*. New York, ACM. ss. 49-54.
- [5] Damsgaard, J. & Scheepers, R. 1997. Using Internet technology within the organization: a structural analysis of intranets. *Proceedings of the international ACM SIGGROUP conference on Supporting group work: the integration challenge*. New York, ACM. ss. 9-18.
- [6] Archambault, A. & Grudin, J. 2012. A longitudinal study of Facebook, LinkedIn, & Twitter use. *Proceedings of the 2012 ACM annual conference on Human Factors in Computing Systems*. New York, ACM. ss. 2741-2750.
- [7] Grudin, J. Skeels, M. 2009. When social networks cross boundaries: a case study of workplace use of facebook and linkedin. *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work*. New York, ACM. ss. 95-104, 2009.
- [8] Morris, M., Panovich, K. & Teevan, J. 2010. A Comparison of Information Seeking Using Search Engines and Social Networks. *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Association for the Advancement of Artificial Intelligence. ss. 23-26.
- [9] Facebook: Descom Oy. [WWW]. Viitattu: 10.11.2013. Saatavissa: <https://www.facebook.com/DescomOy>.
- [10] Twitter: Descom. [WWW]. Viitattu: 10.11.2013. Saatavissa: <https://twitter.com/Descom>.

- [11] LinkedIn: Descom. [WWW]. Viitattu: 10.11.2013. Saatavissa: <http://www.linkedin.com/company/descom-oy>.
- [12] How Obama Tapped Into Social Networks' Power. [WWW]. Viitattu: 10.11.2013. Saatavissa: <http://www.nytimes.com/2008/11/10/business/media/10carr.html>.
- [13] Twitter: BarackObama. [WWW]. Viitattu 10.11.2013. Saatavissa: <https://twitter.com/BarackObama>.
- [14] Ojala, L. & Pöysti, K., 2009. Wikimaniaa yrityksiin: Yritys 2.0 tuottamaan. 2. painos. Porvoo, WSOY. 165 s.
- [15] Wilson, M. AT&T to save \$80 million in productivity due to internal social media profiles. [WWW]. Viitattu 20.11.2013. Saatavissa: <http://www.hrcommunication.com/Main/Articles/7300.aspx>.
- [16] DiMicco, J., Millen, D., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B. & Muller, M. 2008. Motivations for social networking at work. Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work. New York, ACM., ss. 711-720.
- [18] Ihanainen-Rokio, O. [Esitysmateriaali]. DesConnections, Descomin intranetuudistus 2011.
- [17] Ihanainen-Rokio, O. [Haastattelu]. 11.10.2012.
- [19] Markkinointi & Mainonta: Descom. [WWW]. Viitattu 20.5.2013. Saatavissa: <http://www.marmai.fi/kumppaniblogit/descom>.
- [20] What's new in IBM Connections 4? [WWW]. Viitattu 9.6.2013. Saatavissa: http://www-10.lotus.com/ldd/lcwiki.nsf/dx/Whats_new_in_IBM_Connections_4_ic40.
- [21] Ihanainen-Rokio, O, Descom Oy. [Haastattelu]. 11.10.2013.
- [22] Domen kehittymisen ryhmäkeskustelu. [Haastattelu]. 6.11.2013.
- [23] Palvelumallin tikettikulku. [WWW]. [Viitattu 10.11.2013]. Saatavissa: <http://confluence.descom.fi/display/DS/Tikettikulku>.